

Zeitschrift: Hotel- + Tourismus-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: 113 (2005)
Heft: 41

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 21.06.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

hotel+tourismus revue

DIE FACHZEITUNG FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS

Avec cahier français



AKTUELL 2

Marco Caluori | Der Tourismusdirektor der Alpenregion nimmt Stellung zu den Folgen der Unwetter und zur Strategie.



AKTUELL 3

KMU | Eine neue Internetplattform gibt den KMU Tipps zum Thema Unternehmensnachfolge und bietet einen Marktplatz.



FOKUS 13

Su Hua Newton | Die chinesische Winzerin produziert in Kalifornien ausgezeichnete Weine.



KOMMENTAR

Jetzt heisst es dranbleiben

Christine Künzler

■ «Enjoy Switzerland» – die Gastfreundschaftsoffensive von Schweiz Tourismus – hat in den Pilotdestinationen Zermatt, Scuol, Lenzerheide und Villars einiges in Bewegung gebracht. Es sind meist kleine – aber wichtige – Dinge, die verändert worden sind, wie zum Beispiel, dass die Leistungsträger Namensschilder tragen, Ruhebänke neu gestrichen werden, die Signalisation gastfreundlich gestaltet wird oder die Läden länger geöffnet haben. «Enjoy Switzerland» hat aber auch umfassendere Projekte ausgelöst: In den Schulen der Pilotdestinationen ist eine Tourismus-Sensibilisierungskampagne lanciert worden, neue Themenwege sind entstanden, mehr Erlebnisinszenierungen und das Qualitätsvirus sind in die Orte gebracht und Leistungsträger geschult worden.

Das Wichtigste vielleicht von allem ist, dass «Enjoy Switzerland» den meisten Leistungsträgern der Pilotorte den Nutzen einer gastorientierten Haltung aufzeigt. Und: dass die Gastfreundschaftsoffensive alle wichtigen Entscheidungsträger – und damit Geldgeber – an einen Tisch bringt. Wenn die Bergbahnen, die Hoteliers und die anderen touristischen Unternehmen nicht miteinander verbunden sind, läuft nichts. Da fallen auch die besten Ideen und Visionen nicht auf fruchtbaren Boden.

Dieses Pilotprojekt von «Enjoy Switzerland» geht bald zu Ende. Und dann kommt die vielleicht grösste Herausforderung für die Projektgruppen: Wie lässt sich das gästefokussierte Engagement aufrechterhalten? Was tun, damit die Gruppenmitglieder – alles selber aktive Touristiker – Zeit finden, sich weiterhin für mehr Gastfreundschaft zu engagieren? Jetzt heisst es dranbleiben – der Gast wird es Ihnen mit mehr Umsatz danken. **Siehe auch Seite 7**

Buchungsstand Herbst

So ganz zufrieden ist niemand

■ Detaillierte Zahlen zum Geschäftsgang sind bei den Ferienregionen noch nicht vorhanden. Doch generell zeigt sich eine gewisse Zuversicht.

Gerhard Lob

Graubünden Ferien geht bei den Hotelübernachtungen in diesem Herbst von einer Zunahme zwischen 2 und 3 Prozent aus. Bei Wallis Tourismus ist die Stimmung laut Vizedirektor Marcel Perren «grundsätzlich positiv» und der Buchungsstand gut. In der Ostschweiz zeige die «Kurve wieder leicht nach oben» und im Tessin ergeben sich je nach Städten sehr unterschiedliche Situationen.

Anders sieht es in den unwettergeschädigten Destinationen und Regionen Zentralschweiz und Berner Oberland aus. Mit Herbst-Spezialangeboten versuchten Touristiker, Gäste in die vom Hochwasser betroffenen Ferienregionen zurückzuholen. Die bisherige Bilanz in Bezug auf die Logiernächte fällt durchgezogen aus. Doch weitgehend einig ist man sich: Die Kampagne, die Schweiz Tourismus für diese Regionen lanciert hat, war zumindest gut fürs Image. **Siehe Seite 4**



■ Lago Maggiore. Die Touristiker rechnen im Herbst mit einer Einbusse von einem Prozent, nicht zuletzt wegen der Schliessung verschiedener Hotels. Foto: Swiss Image

Mehrwertsteuer

Ständerat für Verlängerung

■ Nach dem Willen des Ständerates soll die Hotellerie noch bis maximal Ende 2010 vom Mehrwertsteuer-Sondersatz von 3,6 Prozent für Behälterbergungsleistungen profitieren können. Die kleine Kammer hatte mit 36 zu 0 Stimmen den Vorschlag der ständerätlichen WAK gutgeheissen, den Ende 2006 auslaufenden Sondersatz zu verlängern. Voraussichtlich in der Wintersession wird der Nationalrat als Zweitrat das Thema Mehrwertsteuer behandeln. **DST**

Siehe Seite 3

Was Online-Guides dem Wirt bieten

■ Online-Restaurantführer sind in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden geschossen. Die htr liefert den Überblick: Welche Guides was bieten und wieviel sie kosten.

Nicht nur die Preise für einen Eintrag bei den Restaurant-Guides im Internet variieren deutlich, auch die Leistungen. Für den Gastronom, der so seine Kunden finden will, heisst es also aufgepasst: Schwarze Schafe begnügen sich mit dem Kopieren von Telefonbucheinträgen, während andere für relativ wenig Geld den Wirten attraktive Kommu-

kationsplattformen bieten. Selbst wenn einmal die Spreu vom Weizen getrennt ist, erweist sich die Wahl als eine individuelle, stark vom Betriebskonzept abhängige Angelegenheit.

Einer der wichtigsten Parameter ist die Besucherfrequenz einer Seite: Sie widerspiegelt nicht nur die Beliebtheit eines Guides, sondern zeigt auch die unternommenen Anstrengungen. Portale mit hohen Besucherfrequenzen sind oft bei den gängigen Suchmaschinen weit vorne platziert sind, was die Werbewirksamkeit deutlich erhöht. **FR/GSG**

siehe Seite 15

Zugcatering Schweiz

Comeback für Rail Gourmet

■ Rail Gourmet kann ab kommendem Jahr wieder Schweizer Zuggäste bewirten: Zusammen mit dem ehemaligen Elvetino-Chef Jürg Stettler hat die Compass-Tochter von der Rhätischen Bahn und der Matterhorn Gotthard Bahn den Zuschlag für das Führen der Speisewagen und Railbars erhalten. Die bisherige Betreiberin Elvetino hatte den Vertrag gekündigt. Rail Gourmet hatte bis Herbst 2003 einen 40-Prozent-Anteil an der SBB-Tochter. **GSG**

Siehe Seite 10



Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern | Redaktion: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Verlag: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

Zeit haben für das wirklich Wichtige: für Ihre Gäste.

hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

ALLES FÜR JEDE GASTRONOMIE.

DAS SCHWEIZER KOMPETENZ-CENTER, DAS SIE BRAUCHEN.

Scana Lebensmittel AG, 8105 Regensdorf
info@scana.ch, www.scana.ch, www.scanashop.ch

Polster-Möbel-Klinik
Zähringerstrasse 24, 8001 Zürich
Telefon 079 403 39 93

«De Stör-Polsterer chunnt»

A•C•H•T•U•N•G•!
Sessel • Sofas • Bänke • Stühle • Kissen

Neu beziehen und aufpolstern vom Spezialisten

- Gratisberatung und Offerten ganze Schweiz
- Express-Ausführung in Ihrem Betrieb
- Garantie bis 10 Jahre
- Günstiger als jede Konkurrenzofferte (mind. 10%)
- 30-jährige Gastronomie-Erfahrung
- 1000 zufriedene Gastro-Unternehmer
- Rufen Sie uns unverbindlich an: 079 403 39 93

BOMMER + PARTNER
TREUHANDGESELLSCHAFT
Bern

Vertrauen ist unser Geschäft.

www.bommer-partner.ch
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Heute präsentieren Ihnen

SOG Corporation

und

UNI
*Life*News aus der Welt der
Beleuchtung.Beachten Sie die Beilage in
dieser Ausgabe!www.unilife.ch
www.sog-corp.com

htr AUS DEM INHALT

Buchungsstand	4	Kongresstourismus	9	Franchising	14
Kaum eine Schweizer Destination oder Region wird diesen Herbst mit Buchungen überflutet. Mehr oder weniger zufrieden sind die Touristiker in den Regionen Graubünden, Wallis, Ostschweiz und Tessin.		Das hat Luzern spätestens seit der Eröffnung seines KKL gefehlt: ein Viersternehaus an zentraler Lage mit Kongress-Infrastruktur. Nächsten Sommer eröffnet die Rezidor SAS Hospitality das «Radisson».		Als Franchise-Nehmerin betreibt die Gastro Profil AG beim Basler St. Jakobstadion die vierte «WeinWirtschaft». 2001 übergab die Schuler St. Jakobs Kellerei ihr Konzept der «WeinWirtschaft» an die Firma aus Altendorf.	
Zermatt: «Enjoy Switzerland» 7		Weinmacherin 13		Online-Gastro-Guides 15	
Zermatt will seinen alten Dorfkern besser in Szene setzen. Das ist eine der Inszenierungsmassnahmen, die im Rahmen des Pilotprojekts «Enjoy Switzerland» verwirklicht werden.		Ihre Weine gehören in Kalifornien zu den besten. Das aber genügt der chinesischen Weinmacherin Su Hua Newton nicht. Mit anderen Weinmachern hat sie einen «Charity Wine» lanciert.		Beim Buhlen um die Gunst der Wirte bieten viele Guides Plattformen mit allen Schikanen an. Internetspezialist Thomas Bircher plädiert für Einfachheit und Übersichtlichkeit.	

htr CAHIER FRANCAIS

Weiterbildung	CF 1	Berner Jura	CF 4
Nach der Wiederaufnahme der kostenlosen Kurse im Rahmen des Projekts Ritzly im Wallis ist das Thema Weiterbildung aktueller denn je. Einige begrüssen die Kurse, andere kritisieren die fehlende Koordination.		Berner Jura Tourismus hat ein Programm zur Wertsteigerung des städtischen Kulturerbes der Region erarbeitet. Es ist ein Vorzeigebispiel auch für den Städtetourismus anderer Destinationen.	
Gastro-Diversifikation	CF 3	Tessiner Merlot	CF 5
Top-Catering, Bankett-Veranstaltungen oder der Verkauf von Markenprodukten: Die Spitzenköche scheinen oft auf mehreren Hochzeiten zu tanzen. Das Rezept heisst Diversifikation.		1906 wurde zum ersten Mal im Tessin Merlot vinifiziert. Nächstes Jahr wird also gefeiert. Und die besten Cuvées des Jahrgangs 2003 werden dann zumal aus den Barrique-Fässern kommen.	

STANDPUNKT

Die Politik ist gefordert

Judith Renner-Bach*

Der Tourismus benötigt Netzwerke und Kooperation. Den kleinen und mittleren Unternehmen im Tourismus wird empfohlen, ihre Marktposition mit betriebsübergreifenden Prozessen zu stärken. Die touristischen Trägerorganisationen richten ihre Zusam-



menarbeit entsprechend der Servicekette aus und setzen sich für eine Bündelung der Marketingkräfte sowie für logische Destinationen ein. Diese Leitsätze für den Strukturwandel im Schweizer Tourismus sind in der Broschüre «Tourismuswirtschaft in der Schweiz. Standortbestimmung, Perspektiven.» nachzulesen. Dazu würde auch eine kooperative Tourismuspolitik gehören. Diese steckt aber noch in den Kinderschuhen, da es nicht genügt, dass vier Nationalräte den Bundesrat darauf aufmerksam machen müssen, was ab 2006 matchentscheidend wäre, nämlich die Standortpromotion Schweiz im Zusammenhang mit der Euro 2008. Eigentlich müsste der Bundesrat die Studie zu den wirtschaftlichen Gesamtwirkungen der Fussball-Europameisterschaft 2004 in Portugal kennen und seine Schlüsse daraus gezogen haben. Ohne professionelle Vermarktung kann jedenfalls keine wirtschaftliche Gesamtwirkung der Euro 08 erwartet werden. Ein gesamtheitliches Kommunikationskonzept wäre dabei das Mindeste. Leider endet die Kooperation auf Bundesebene, die mit der konzertierten Aktion der Nationalräte viel versprechend begonnen hat, an der Departementsgrenze. Zusätzliche Mittel können gemäss Bundesrat Deiss nicht sofort zugesichert werden. Er verweist auf das zuständige VBS, das über das Bundesamt für Sport das Dossier Euro 08 in den Händen hält. Immerhin unterstreicht der oberste Touristiker im Bundesrat, dass Schweiz Tourismus für diesen Kommunikationsauftrag der richtige Partner wäre. ST müsste nur einen entsprechenden Auftrag erhalten. Leider ist im Moment nicht klar, von wem und um das Ganze finanziert werden soll. Wenn die oberste politische Behörde endlich bereit ist, etwas Zusätzliches zu unternehmen und die Schweiz als Partnerin von Österreich mindestens gleichberechtigt im Rampenlicht erscheinen zu lassen, dann werden wir vermutlich feststellen, dass wir die Nachhaltigkeit der Euro 08 bereits verschlafen haben.

* Judith Renner-Bach ist Direktorin des Schweizer Tourismus-Verbandes

Marco Caluori

«Medienflut hat mehr geschadet»

Marco Caluori ist als Bündner seit hundert Tagen Tourismusdirektor in der Berner Oberländer Alpenregion. Er nimmt zu den Folgen des Unwetters und der strategischen Ausrichtung in Brienz, Meiringen und Hasliberg Stellung.

Gregor Waser

► Marco Caluori, kaum haben Sie Ihr Amt als Tourismusdirektor der Alpenregion in Angriff genommen, kam das Hochwasser. Wie haben Sie Ihren Start erlebt?

Die Sommersaison hat eigentlich sehr gut angefangen, wir waren auf gutem Kurs. Mit dem Unwetter kam dann aber ein markanter Einbruch. Unsere Arbeit nach dem Unwetter lag vor allem darin, dass wir dagegen ankämpfen mussten, dass unsere touristische Infrastruktur mit ganz wenigen Ausnahmen total unbeeinträchtigt war. Die Medienflut, die nach dem Wasser kam, hat dem Tourismus viel mehr geschadet. Einzelne Ferienwohnungen und ein Hotel waren betroffen, das wars dann aber schon. Auch die Bahnen am Hasliberg waren am Tag nach dem Unwetter wieder in Betrieb.

► Konnten Sie daraufhin Gegensteuer geben?

Wir haben uns gesagt: Wenn die Gäste nicht zu uns kommen, gehen wir zu ihnen. Wir haben Packages geschnürt und sind nach Zürich, Basel, Aarau, Olten und Baden gegangen und haben an Hotspots wie Bahnhöfen und Hauptplätzen die Werbetrommel gerührt und 4000 Meringues verteilt.

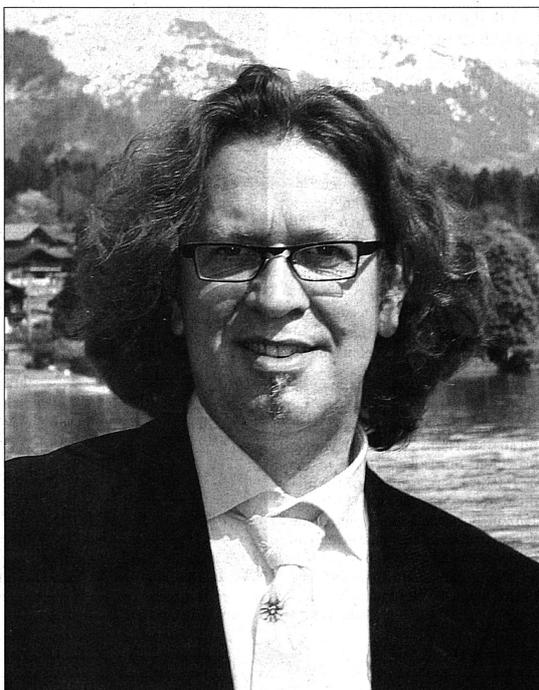
«DAS UNWETTER MUSS AUS DEN KÖPFEN RAUS.»

► Hat die Aktion gefruchtet?

Gerade bei Familien konnten wir mit den Packages punkten und gemäss Aussagen der Hoteliers zahlreiche kurzfristige Buchungen generieren. Die Aktion hat sich gelohnt. Die Gäste müssen nun aber wissen, dass es keine Infrastruktur- und damit Langzeitschäden gegeben hat. Wir hoffen, das Unwetter aus den Köpfen rauszubringen.

► Wie sehen die Aussichten nun im Herbst und für den Winter aus?

Es ist deutlich ruhiger als in den Vorjahren. Das schlechte Wetter Ende September und Anfang Oktober spielt da sicher auch mit. Für die angelaufenen Herbstferien erhoffen wir uns schon nochmals einen Schub. Für die Wintersaison verzeichnen wir insbesondere bei den Pauschalreisen bereits einen guten Buchungsstand, auch was Gruppenanfragen betrifft. Wenn die Schneeesituation erfreulich ist, erwarten wir eine gute



► Tourismusdirektor Marco Caluori: «Der Name Alpenregion ist schon ein Handicap und löst bei mir auch keine Begeisterung aus.»

Foto: zvg

und lange Saison. In Hasliberg haben wir einen neuen Zubringer, die Bergbahnen lancieren familienfreundliche Preise und die Anzahl Schneekanonen konnten wir erhöhen.

► Was sagen Sie zum Namen Alpenregion, der – na ja – nicht gerade überall auf Begeisterung stösst?

Gut, der Name ist schon ein Handicap und löst bei mir auch keine Begeisterung aus. Die Aufgabe, einen geeigneteren Namen zu finden, steht uns noch bevor. Vorerst versuchen wir verstärkt mit dem bereits bekannten Namen der Destination zu operieren. Schweizweit gibt es mit «Glacier Express» und «Heidiland» eigentlich nur zwei Marken, die ohne geografischen Bezug Erfolg haben.

► Wie lebt es sich ohne kantonale Tourismus-Dachorganisation?

Vom Kanton Bern erhalten wir gute und schnelle Unterstützung, gerade nach dem Unwetter konnten wir auf eine grosse Solidarität zählen. Dann haben wir aber auch den Rat der Destinationen, der einen guten Austausch ermöglicht. Bezüglich Messen etwa wissen wir stets, wer wohin geht.

► Welche Entwicklung zeichnet sich in der Hotellerie in Ihrer Region ab?

Vorerst kämpfen wir mit einer Auslastung, die sich mit 42 Prozent auf

Zweifelloso ein wichtiges Standbein. In diesen Tagen unterzeichnen wir als erste Schweizer Region einen Vertrag mit der Firma X-net, die sich mit dem Konzept Rent-a-Village bereits in Deutschland und Österreich einen guten Namen gemacht hat.

► Blieben in der Region bisher einige Chancen ungenutzt?

Man ist erst auf halbem Weg in der Destinationsfindung. Man hat sich wohl zu lange mit sich selber beschäftigt, die Geburtswehen haben entsprechend lange gedauert. Dass die Region elf Gemeinden umfasst, hat die Bildung nicht vereinfacht. Dass wir zusammenhalten können, hat das Unwetter aber gezeigt.

«MAN HAT SICH WOHL ZU LANGE MIT SICH SELBER BESCHÄFTIGT.»

► Wie wird man als Bündner in der Berner Oberland aufgenommen?

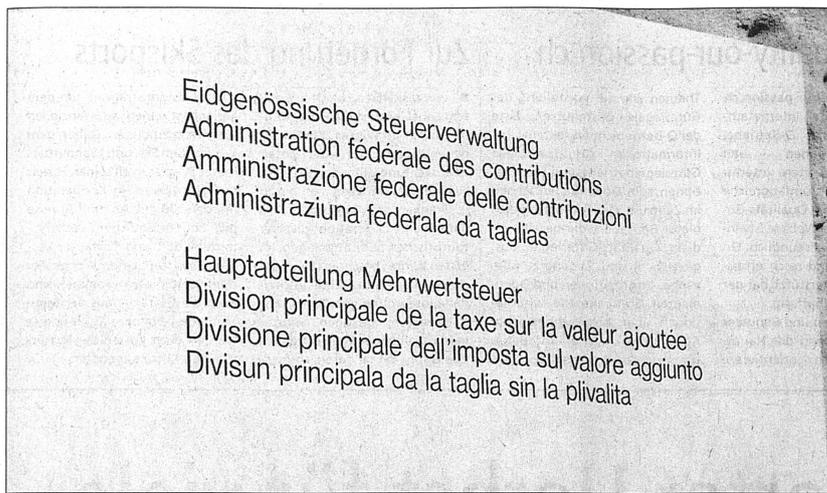
Der Mentalitätsunterschied ist ja nicht so gross, Berührungspunkte gibt es da keine. Und als Nicht-Berner bin ich in guter Gesellschaft mit Roland Huber in Adelboden, Manfred Fiegl in Lenk, Roger Seifritz in Gstaad oder Jerun Vils im Lötschental.

► Und wie stehen Sie zur geplanten Annäherung mit Engelberg?

Dass die Destinationen zusammengelegt werden, ist vom Tisch. Das andere sind die Bergbahnen. Die Zusammenführung der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg, Melchsee-Fruyt und Engelberg-Titlis eröffnet ein grosses Potenzial, das wäre ein grosses und attraktives Skigebiet. Das Projekt Schneeparadies könnte bis 2010 realisiert werden, die Begeisterung scheint vorerst in Engelberg noch grösser als in der Alpenregion. Das hat aber auch damit zu tun, dass Engelberg zu 80 Prozent vom Tourismus lebt, hier sind es um die 60 Prozent.

Zur Person

Am 1. Juli 2005 hat Marco Caluori (46) sein Amt als Tourismusdirektor in der Alpenregion in Angriff genommen, sein Team umfasst 23 Mitarbeitende in Brienz, Meiringen und Hasliberg. Der gebürtige Churer hat nach seinem Studium acht Jahre lang als Journalist bei «Klartext» gearbeitet und war im Vorstand des Berufsverbandes SJU. Nach einer Zusatzausbildung an der HSG im Bereich Marketing war er selbständiger Werbetexter und arbeitete dabei eng mit Trimarca zusammen. Von 1997 bis 2000 agierte Caluori als Marketingleiter bei der Rhätischen Bahn, daraufhin wieder einige Jahre als selbständiger Unternehmer. Marco Caluori ist mit einer Touristikerin verheiratet und seit zehn Monaten Vater einer Tochter. GW



■ Wer soll wie viel abliefern? Nach dem Willen des Ständerates kann die Hotellerie noch bis maximal Ende 2010 den Mehrwertsteuer-Sondersatz von 3,6 Prozent anwenden. Foto: Daniel Stampfli

Mehrwertsteuer

Ja zu Sondersatz-Verlängerung

■ Die Hotellerie soll noch bis längstens 2010 von ihrem Vorzugsatz profitieren. Diesem Vorschlag der WAK stimmt der Ständerat klar zu.

Daniel Stampfli

Mit 36 zu 0 Stimmen gutgeheissen hat der Ständerat den Vorschlag der ständerätlichen Wirtschaftskommission (WAK), den Ende 2006 auslaufenden Sondersatz von 3,6 Prozent für Beherbergungsleistungen (Übernachtung mit Frühstück) in Erwartung des Ein-

heitsatzes bis maximal Ende 2010 zu verlängern. So soll vermieden werden, dass die Hotellerie innert kurzer Zeit zwei Satzänderungen verkraften muss.

Ständerat Hans Lauri (SVP/BE) versuchte in der Debatte aufzuzeigen, dass es sich bei einer Verlängerung des Sondersatzes für die Hotellerie nicht um einen «Sündenfall» handle. Die Branche befinde sich weiterhin in einer Phase des Umbruchs und der Strukturbereinigung. «Nach Auffassung der WAK wäre es verfehlt, durch die Aufhebung des Sondersatzes eine Steuererhöhung zu verfügen und damit zum jetzigen Zeitpunkt eine Verschlechterung der Wett-

bewerbsposition des Tourismusgewerbes auszulösen», so Hans Lauri. Die Branche sei sehr preissensitiv. «Die Aufhebung des Sondersatzes hätte einen Anstieg der Übernachtungspreise zur Folge und würde die Hotellerie im internationalen Wettbewerb weiter benachteiligen», argumentierte der Berner SVP-Ständerat. Innerhalb der EU werde seit sehr langer Zeit mit Sondersätzen gearbeitet (siehe Tabelle).

Lauri stellte aber auch klar, dass wenn die vom Bundesrat zurzeit bearbeitete umfassende Revision der Mehrwertsteuer mit dem angestrebten einheitlichen Satz vor Ende 2010 in Kraft trete, auch die Verlängerung des Sondersatzes zu diesem früheren Zeitpunkt ein Ende finden würde.

Bundesrat Hans-Rudolf Merz erwähnte vor der kleinen Kammer, dass mit Vertretern von hotellerieusuisse im Sommer dieses Jahres auch über die Zukunft des Mehrwertsteuer-Sondersatzes diskutiert worden sei. Es sei den hotellerieusuisse-Vertretern klar gewesen, dass hier früher oder später eine grundlegende Entscheidung zu treffen sein werde. Sie hätten dann dem Bundesrat die Unterstützung zur Schaffung eines Einheitssatzes zugesichert.

Denn die zum Dschungel gewordene Mehrwertsteuer soll radikal vereinfacht werden. Im Ständerat war man sich einig, dass es mit der MwSt. so nicht weitergehen könne. Das System sei derart kompliziert geworden, dass vor allem Kleinunternehmer damit nicht mehr zurechtkämen.

Reduktion für Lebensmittel nicht ausgeschlossen

Laut Merz will die Landesregierung im Laufe des Winters eine «ideale» MwSt. in die Vernehmlassung schicken. Zur Diskussion steht neben der Ausmerzung der Ausnahmen auch die Ablösung der drei MwSt.-Sätze (normal 7,6 Prozent, reduziert 2,4 Prozent, Hotellerie 3,6 Prozent) durch einen Einheitssatz von etwa 5,5 Prozent.

Doch in der Sonntagspresse erklärte Finanzminister Hans-Rudolf Merz am letzten Wochenende, dass er einen tieferen Mehrwertsteuer-Satz für Lebensmittel in Betracht ziehe. Er denke darüber nach, zwei Varianten in die Vernehmlassung zu schicken. Sonst riskiere er politische Vorstösse, die ihn dazu zwingen. Eine gänzliche Abschaffung der MwSt. auf Lebensmitteln lehnt Merz dagegen ab. Damit werde wieder die alte Diskussion entfacht, was Grundbedarf und Luxuskonsum sei. Wenn es aber nötig sein sollte, das ganze Projekt mit einer Entlastung der Lebensmittel zu retten, könnte sich Merz einen solchen Schritt vorstellen.

Kleine und mittlere Unternehmen

Internetplattform soll bei der Nachfolgeregelung Hilfe bieten

■ Rund 50 000 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) müssen in den nächsten fünf Jahren ihre Nachfolge regeln. Dies tangiert 450 000 Arbeitsplätze. Um Information und Markttransparenz zur Unternehmensnachfolge zu verbessern, hat der Verein KMU-next, unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft Seco, eine Internetplattform aufgebaut und letzte Woche aufgeschaltet. Diese Plattform, welche am vergangenen Donnerstag im Beisein von Bundesrat Joseph Deiss präsentiert wurde, dient als Treffpunkt für alle Unternehmer und Unternehmerinnen, welche ein KMU übertragen oder übernehmen wollen.

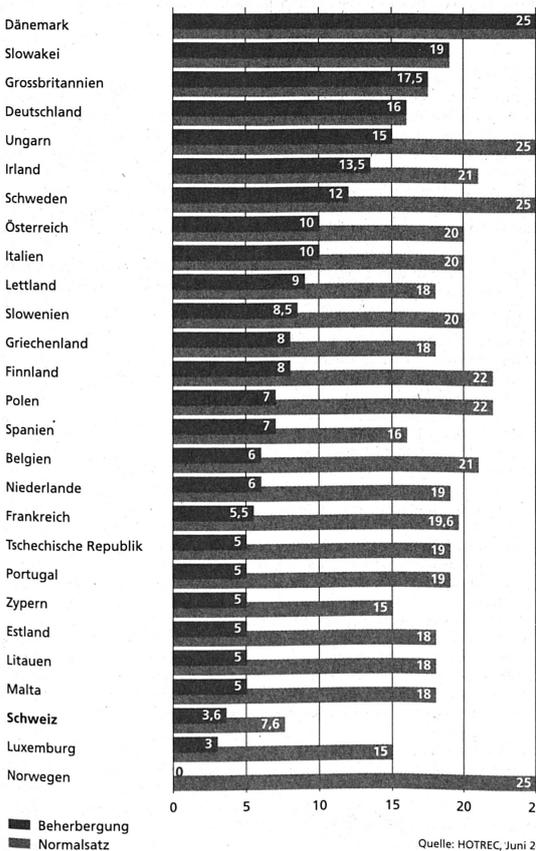
Das Portal KMU-next (www.kmu-next.ch) informiert umfassend über das Thema der Unternehmensnachfolge und bietet Interessierten einen

Marktplatz für Übernahme-, Beteiligungs- und Kooperationsmöglichkeiten an. Weiter unterstützt KMU-next Studien und Veranstaltungen und engagiert sich mit parlamentarischen Vorstössen und Publikationen für eine nachfolgerefreundliche Steuerpraxis.

KMU-next ist ein unabhängiger Verein, der die Unternehmensübertragung bei Klein- und Mittelunternehmen fördert. Präsident ist Nationalrat Otto Ineichen. In Finanzierungsfragen arbeitet KMU-next mit der neu gegründeten Stiftung «kmufinance plus» sowie weiteren Institutionen zusammen. «kmufinanceplus» bietet zusammen mit Kantonalbanken gesamtschweizerisch neue Finanzierungsmodelle für KMU in Form von Mezzanine-Finanzierungen an, insbesondere für Nachfolgeregelungen und Wachstumsfinanzierung. DST

21 von 25 EU-Staaten haben den ermässigten Steuersatz

Mehrwertsteuer in Prozent auf die Beherbergungsumsätze in Europa (im Vergleich zu den normalen Steuersätzen)



Anzeige

Cash+Carry
CCA Angehrn
Frische für Profis.

CCA Gossau SG CCA Luzern
 CCA Brüttsellen CCA Rapperswil
 CCA Spreitenbach CCA Sargans
 CCA Bern CCA Frauenfeld

www.cca-angehrn.ch
 Ihr Gratis-Draht zum nächsten CCA:
 0800 ANGEHRN

Ein Skilager zu gewinnen

■ **Engadin.** Mit einer gezielten Aktion wollen die Bergbahnen Engadin/St. Moritz und die Destinationen St. Moritz Scuol bei der Jugend die Freude am Wintersport reaktivieren. Unter dem Thema «Üses Skilager im Engadin» haben sie für Deutschschweizer Schulklassen einen Gestaltungswettbewerb lanciert mit der Chance, eines der sechs einwöchigen Ferienlager im Engadin mit vielen Nebenleistungen inklusive zu gewinnen. Einsendeschluss ist der 14. Oktober. Die

Förderung und Bekanntmachung des attraktiven, preislich interessanten Angebots ist die Idee hinter dem Wettbewerb, der als erster Schritt eines langfristigen Konzepts umgesetzt wird. In einer ersten Phase sollen Adressen von Lehrkräften und Betreuern, die solche Lager organisieren, generiert werden. Gleichzeitig werden die dafür notwendigen Informationsmittel optimiert. Ziel ist es, das Engadin als die Destination für Kinder- und Jugendcamps zu positionieren. CK

www.quality-our-passion.ch

■ **www.quality-our-passion.ch** Unter diesem neuen Internetauftritt finden Gäste, Q-Betriebe, Tourismuspartnerinnen und -partner sowie weitere Interessenten ab sofort umfangreiche Informationen zum Qualitäts-Gütesiegel. Die neue Website ist einfach und benutzerfreundlich. Ein übersichtliches und rasch erfassbares Layout unterstützt bei der Informationsbeschaffung. Die Benutzerinnen und Benutzer können sich anhand der Hauptrubriken einfach orientieren.

Themen wie die Vorstellung des Gütesiegels, Gästenuutzen, Liste der Q-Betriebe mit direktem Link, Informationen für potenzielle Gütesiegelbetriebe und Informationen zum Downloaden stehen im Zentrum. Der Extranetbereich bietet Betrieben, die bereits mit dem Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet sind, Zugang zu relevanten Informationen und Dokumenten. Stets aktuelle Informationen über Ansprechpersonen, Kurs- und Verleihungsdaten u.v.m. runden das Angebot ab. CK

Zur Förderung des Skisports

■ **www.ski4free.ch.** Unter diesem Label lanciert die Hotelgruppe Sunstar im Winter 2005/06 ein neues Produkt: Zu jeder Hotelübernachtung gibts den Ski- und Wanderpass (im Wert von bis zu 55 Franken pro Tag) gratis. Dies dank der Kooperation diverser touristischer Leistungsträger. Im ersten Winter beschränkt sich das Angebot auf Arosa. Eine bescheidene Integration von Davos wird in Erwägung gezogen. Sunstar geht damit neue Wege in der Kooperation mit anderen touristischen Leistungsträgern, um dem

Feriengast einen substanzialen Mehrwert zu bieten. Neben dem kostenlosen Ski- und Wanderpass bietet Sunstar in all seinen Hotels seit drei Jahren, in Kooperation mit den SBB, die An- und Abreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, SBB und Postauto, kostenlos an (ab einer Woche Ferien). Seit diesem Sommer sind auch die Getränke aus der Minibar in den Zimmern gratis und es werden auch kostenlose Nordic-Walking-Kurse angeboten. CK

Buchungsstand

Unwetter: ein harter Herbst für viele

■ **Kaum eine Schweizer Destination oder Region wird diesen Herbst mit Buchungen überrollt.** Während die Touristiker in den Regionen Graubünden, Wallis, Ostschweiz und Tessin mehr oder weniger zufrieden sind, trifft es die unwettergeschädigten Orte hart.

Gerhard Lob

Dank diverser Aktionen und Veranstaltungen wie Weinfeste erreichte die Gästezahl im Wallis mindestens den Stand des Vorjahres, sagt der Vizedirektor von Wallis Tourismus, Marcel Perren. Graubünden Ferien rechnet mit einem Logiernächte-Plus von 2 bis 3%. In der Ostschweiz tönt es verhalten positiv. «Wir haben ein gutes Gefühl, die Kurve zeigt wieder nach oben», sagt zum Beispiel Rudolf Schmid von Bad Ragaz Tourismus. Von einem Zuwachs von 2,2% bis Ende August bei den Logiernächten spricht Lugano-Tourismus-Direktor Marco Sorgesa. Vor allem Vier- und Fünf-Sterne-Häuser seien gut ausgelastet. Anders tönt es bei Lago Maggiore Tourismus (LMT), wo im Vergleich zu 2004 mit einer Einbusse von 1% gerechnet wird. «Wir spüren die Schliessung diverser Hotels», sagt LMT-Direktor Fabio Bonetti. Auch habe es nach den Unwettern viele Absagen von Deutschschweizer Feriengästen gegeben.

Anders zeigt sich die Situation im Berner Oberland und in der Zentralschweiz. Das Hochwasser und die Unwetter von Ende August haben dort enormen Schaden hinterlassen. Zwar

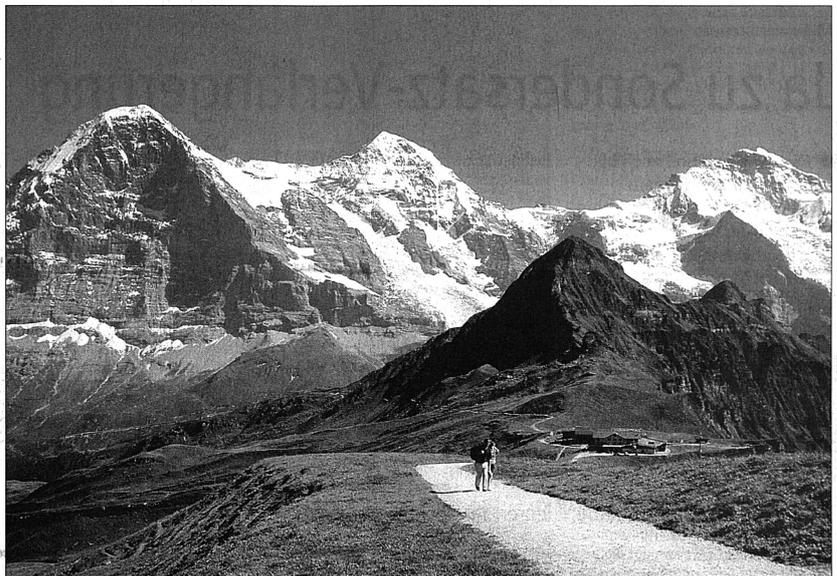
wurden die Schadensgebiete in unglaublich kurzer Zeit aufgeräumt und infrastrukturell intakt gestellt, doch bei potenziellen Feriengästen blieb der Eindruck hängen, die betroffenen Gegenden könnten nicht besucht werden.

ST-Kampagne war gut für das Image

Viele Destinationen, von Engelberg über Brienz bis Grindelwald, arbeiteten attraktive Angebote aus, um Gäste anzulocken. Und Schweiz Tourismus (ST) lancierte eine Herbstkampagne, um die geschädigten Ferienorte zu unterstützen (Hr vom 22.9.05). Laut Oliver Kersthold, dem Mediensprecher von ST, ist die Aktion gut aufgenommen worden. Man habe die Botschaft überbringen können, dass Ferien in Unwetter-Regionen wieder möglich seien: «Das war wichtig für das Image.»

Diese Einschätzung wird in den betroffenen Regionen geteilt, auch wenn die konkreten Auswirkungen auf die Buchungen unterschiedlich ausfallen. Sehr zufrieden ist beispielsweise Stefan Otz, Direktor von Interlaken Tourismus, mit der Herbstaktion «Eiger, Mönch & Jungfrau» mit fünf Übernachtungen und Sechstagespass für die Jungfrauabahn ab 388 Franken. Insgesamt konnten bis Anfang Oktober 934 Packages verkauft werden, was einen Umsatz von rund 1 Mio. Franken generiert. Auch Grindelwald Tourismus konnte aufgrund dieses Angebots eine deutliche Buchungszunahme verzeichnen.

Ganz anders tönt es bei Beat Anner, dem Direktor von Thunersee Tourismus. Der Imageschaden könne nicht mit kurzfristigen Inseraten behoben werden, meint er. Und: «Viele Leute



■ **Berner Oberland.** Ein attraktives Herbstangebot hat der Jungfraueregion viele Gäste gebracht. Nur ein paar Kilometer weiter, in Meiringen, haben Aktionen wegen des unwettergeschädigten Brienz weniger gefruchtet. Foto: Swiss Image

glauben immer noch, das ganze Berner Oberland sei Schadensgebiet.» Der Einsatz von Schweiz Tourismus sei rasch, professionell und lobenswert gewesen, «aber leider für unsere Region mit bescheidener Resonanz.»

Einen wenig markanten Niederschlag erzielt die Kampagne auch in der

alpenregion.ch., so Marketingleiterin Monika Grünenfelder. Die Tourismusorganisation für die Region Brienz-Meiringen-Hasliberg lancierte auch eine eigene Flyeraktion in den Städten Basel, Aarau und Zürich mit attraktiven Angeboten, die einen beachtlichen Mehrwert bieten.

tungen, sagt Fredy Miller, Geschäftsführer von Engelberg Tourismus. Immer noch müsse kommuniziert werden, dass der Ort über die Strasse problemlos erreichbar sei. «Wir liegen im Monat Oktober zirka 35 Prozent hinter den Ergebnissen vom Vorjahr», bilanziert Miller. Und dies trotz eines supergünstigen Herbstangebots zu 186 Franken für zwei Nächte inklusive Bergbahnen, das bisher rund hundert Personen gebucht haben.

Trübe Bilanz in den Orten um den Vierwaldstättersee

Peter Reinle, Direktor von Vierwaldstättersee Tourismus: «Die Aktion von ST wurde insgesamt gut aufgenommen, hat uns aber nicht viele Buchungen gebracht.» Eine eigene Werbeaktion im Magazin der Migros habe spürbarere Folgen gezeigt. In der Region rund um den Vierwaldstättersee fällt die Hochwasserschadensbilanz besonders bitter aus. Der Einbruch gegenüber dem Vorjahr beträgt rund zwei Drittel. Und dies, obwohl 95% der touristischen Infrastruktur wieder voll funktionstüchtig ist. Die Stadt Luzern kam hingegen fast ungeschoren davon, das Hochwasser verpasste der positiven Entwicklung bei den diesjährigen Logierzahlen nur einen kleinen Dämpfer. «Wir hatten einfach einen sehr hohen kommunikativen Aufwand, die Touroperatoren zu informieren, dass man Luzern wieder anfahren kann», sagt Michelle Kranz von Luzern Tourismus.

Problematisch ist allerdings, dass fast alle betroffenen Regionen unter dem trüben Herbstwetter litten. Die Buchungssituation liege auch wegen der schlechten meteorologischen Bedingungen deutlich unter den Erwar-

Umsatzeinbussen in Millionenhöhe

■ Die touristischen Ausfälle in Folge der Hochwasser-beziehungsweise Unwetterkatastrophe schätzt Schweiz Tourismus (ST) auf 60 bis 100 Millionen Franken. Dies entspricht Umsatzeinbussen von 10 bis 15 Prozent für den entsprechenden Zeitraum. Trotzdem sei man «mit einem blauen Auge davongekommen», sagt ST-Sprecher Oliver Kerstenholz. Für jede betroffene Region ist die Situation gleichwohl dramatisch. Interlaken Tourismus schätzt den Gesamtschaden an Ausfällen für die Jungfrau-Region allein auf 30 bis 50 Millionen Franken. Engelberg Tourismus schätzt den Schaden gesamthaft auf 15 Millionen Franken, davon entfallen 8 Millionen auf die gut zweiwöchige Isolationszeit des Ortes ohne Strassenverbindung und 7 Millionen Franken auf den Ausfall seit Eröffnung der Strasse bis Ende Oktober (Herbstsaison). GL

Anzeige

Lohnbuchhaltung gehört nicht zu Ihren Lieblingsbeschäftigungen?

Wir erledigen für Sie

- ★ monatlichen Lohnabrechnungen
- ★ sämtliche Abrechnungen mit den Sozialversicherungen
- ★ Lohnausweise

Rufen Sie uns an! Wir beraten Sie gerne.

Gastroconsult AG – professionell – diskret – wirtschaftlich

Gastroconsult
TREUHAND FÜR HOTELLERIE & RESTAURATION

Telefon 0844 88 44 24
www.gastroconsult.ch



Das **Publifon**, die selbstverständliche Dienstleistung. Unser Sortiment reicht vom günstigen Münzgerät für Innenräume bis zum komfortablen Kartenmodell für den Aussenbereich. Gerne beraten wir Sie unter der Gratisnummer 0800 800 800. Oder informieren Sie sich im Internet: www.swisscom-fixnet.ch/publifon

Iris Bondi telefoniert lieber ungestört. An Ihrem Publifon.

Geschenkt:
3 Monatsmieten und
Installationskosten.*

Publifon® Polaris

Das praktische und vielseitige Münz-Telefon.

Publifon® Sirius

Das kleine, ideale Taxcard-Telefon.



* Angebot gültig bis 31.12.2005, bei Abschluss eines Vertrages.

swisscom **fixnet**

Einfach verbunden.

«Badrutt's Palace» St. Moritz ISO-zertifiziert

■ Am 16./17. Oktober wurde das «Badrutt's Palace» St. Moritz mit dem ISO-Zertifikat von SQS und IQNet ausgezeichnet. Die offizielle Übergabe fand am Dienstag im «Baur au Lac» in Zürich statt. Im Bild vorne (v.l.) Managing Director Hans Widemann, Vizedirektor Yves Gardiol, Qualitätsleiterin Regula Peter, Thorsten J. Magewski, alle «Badrutt's Palace». Hinten Mitte Hubert Rizzi von der Schweizerischen Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS). MD



Drei Gewinner Gewonnen

■ **Hotela Travel Summit.** Die Glücksfee hat die drei Gewinner eines Grateintritts für den 2. «Hotela Travel Summit» vom Dienstag, 25. Oktober, im «Raffles Le Montreux Palace» in Montreux gezogen. Gewonnen haben:
– Rena Stutz, Muri
– Carole Barbaro, Kilchberg
– Liliane Cereda, Lugano
Die Gewinnerinnen erhalten ihr Ticket zugesandt. Der Anlass in Montreux steht unter dem Motto «Mut zur Weichenstellung». DST

■ **Monatsverlosung.** Antonio Martins, Zürich, und Stephanie Altdorfer, Uster, sind die August- bzw. September-Gewinner der htr-Verlosung. Sie können je 14 Personen zu einem Ausflug mit Flyer-Elektrobikes einladen (www.flyer.ch). Sponsor ist die Biketec AG. An der Monatsverlosung können alle teilnehmen: Nur die Abo-Karte, die der htr am Kiosk beiliegt, ausfüllen und absenden. Ende Jahr wird ein Elektrobike im Wert von 4000 Franken verlost. DST

ZITAT DER WOCHE

«Wenn die Gäste nicht zu uns kommen, gehen wir zu ihnen.»

Marco Caluori
Tourismsdirektor
der Alpenregion
im Interview
auf Seite 2

BUSINESS-PEOPLE



■ **Walter Loser** hat angekündigt, Crans-Montana Tourisme als Direktor zu verlassen, dies nach 18 Jahren Amtszeit. Loser, der eine neue Herausforderung annehmen will, bleibt noch bis Ende Wintersaison im Amt. DST



■ **Michael Mäder** ist vom Verwaltungsrat der Switzerland Travel Centre Ltd in London (STC UK) zum neuen Geschäftsführer von STC UK ernannt worden. Mäder, der per 1. Januar 2006 die Nachfolge von Katherine von Ah antritt, ist zurzeit bei Schweiz Tourismus in New York tätig und leitet die Konsumentenwerbung in den USA. Bis zur Übernahme der Tätigkeit in London hat Klaus Oegerli, CEO von Switzerland Travel Centre AG zusätzlich die Geschäftsführung in London übernommen. DST



■ Letzten Freitag lieferte sich **Rolf Mürner**, Mitglied der Schweizer Kochnati und Chef-Pâtissier der Casino Restaurants in Bern, an der Gourmesse in Zürich ein Kochduett mit Ex Miss Schweiz und Fernsehmoderatorin **Stéphanie Berger**. Die Berner Glacefirma Giolito arrangierte die Zusammenarbeit zwischen Gastronomie und Showbiz. Mürner wird gemeinsam mit den Pâtissiers **Thomas Schwarzenberger** und **Gérald Saudan** unter der Leitung von Teamchef **Franz Ziegler** die Schweiz an der World Pastry Championship 2006 in Phoenix, Arizona vertreten. GSG

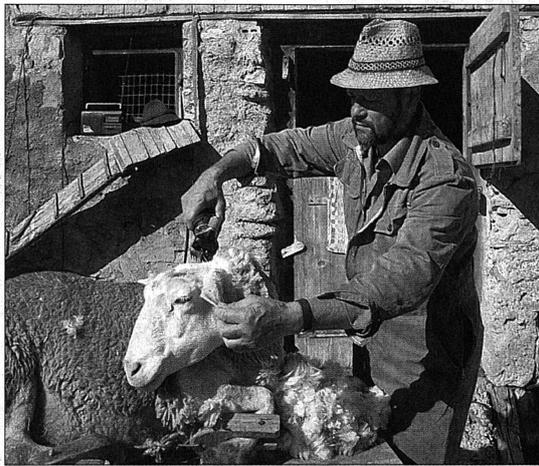
■ Die Compass Group PLC hat den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Compass Group Deutschland, **Hans-Georg Rummel**, zusätzlich zum Chief Executive Officer (CEO) der Region Central & Eastern Europe ernannt. Seit Anfang Oktober verantwortet er das Geschäft in Deutschland, Österreich, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Polen, Rumänien und Slowenien. GSG

Savognin

Wenn die Schafe zum Coiffeur gehen

■ In Savognin hat am vergangenen Samstag das 2. Schafschur-Festival stattgefunden. Rund 1500 Besucher wohnten dem Anlass bei.

Punkt elf Uhr brachten die Bauern aus der ganzen Region ihre Schafe zum Coiffeur auf den Dorplatz von Savognin, d.h. zur öffentlichen Schafschur. Rund um diese Schafschur präsentierten Einheimische aus dem Surses und Albulatal an ihren Marktständen nicht alltägliche Naturprodukte und Handarbeiten. Der Anlass wurde von Savognin Tourismus im Surses und Lucia Netzer-Peduzzi, Inhaberin des Atelier Pöss, einer kleinen Wollmanufaktur, organisiert. Ziel der Veranstaltung ist es, Einheimischen und Gästen den Rohstoff Wolle näher zu bringen. Aber auch die Savogniner Restaurants waren am Samstag voll auf Schaf eingestellt. Ein weiterer Höhepunkt war der Alpbazug von über 600 Schafen zurück ins Tal. DST



■ Öffentliche Schafschur. Hautnah konnte am vergangenen Samstag in Savognin mitverfolgt werden, wie den Schafen ihre Wolle entfernt wurde. Foto: zvg

GLOSSE

Herr Meier

Hanspeter Gsell*

■ Vor einigen Jahren besuchte ich zusammen mit meiner Frau ein italienisches Weingut. Die Besitzerin, eine adlige Diplomantochter aus feinstem Haus, führte uns nach kurzer Begrüssung (italienisch) durch den Rosengarten (englisch), rezitierte zum Kaviarhappchen Dante (russisch) und parlierte standesgemäß französisch. Nach einer kurzen Prélude (Chopin) auf dem Flügel (Steinway & Sons) stellte die Signora meiner Frau eine entscheidende Frage: «Wie viele Leibköche haben Sie?»



Entsetzt flohen wir zurück in die Schweiz und verzichteten fortan auf den fürstlichen Wein.

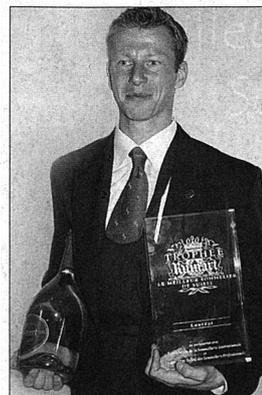
An diese Szene erinnerte ich mich plötzlich wieder, als ich auf der Homepage eines bekannten Restaurants folgende Formulierung entdeckte: «Herr Meier, mein Koch, zeichnet für eine ideenreiche Speisekarte.» Natürlich habe ich auch mit zeichnenden Köchen etwas Mühe. Warum aber hat man den armen Meier auch noch verklart und seines Vornamens beraubt? Ein Meier ohne Hans oder Heini ist und bleibt im Meer der Meier ein Leibeigener, ein Kochsklave, ein Meier unter Meiern. Menschen haben nun mal Vornamen, auch Köche. Natürlich wollte ich von Frau Müller, der Inhaberin von Herrn Meier, wissen, was und womit dieser denn so zeichnet. Ihre Hoheit gab sich jedoch verstimmt und war ganz und gar nicht amüsiert. Sklave Meier soll ja, so mindestens die Aussage auf der Homepage, «eine kreative und hoch stehende Küche, gewürzt mit frischer Inneneinrichtung und frühlichem Service» zelebrieren. Ich denke jedoch nicht, dass Herr Meier Zeit hat, neben seiner Zeichnerlei auch noch die Inneneinrichtung zu verkochen. Und da die Küche für seine Grösse sovielleicht zu hoch steht und sich auch der Service nicht freiwillig zu Mehlsuppe verarbeiten lassen wird, kann Herr Meier auch nicht fröhlich daherzelebrieren. «Bei uns dreht sich noch alles um Sie.» Dieser königliche Erlass, ganz am Ende der unsäglichen Seite, stimmt mich nachdenklich und froh zugleich. Vor allem das warnende «noch». Vielleicht werden wir demnächst von Frau Müller erlöst und Herr Meier wird aus seiner Leibeigenschaft entlassen.

* Hanspeter Gsell lebt in Basel. Über 25 Jahre Erfahrung in Gastronomie und Weinhandel sowie seine Reiseleidenschaft haben bei ihm einen grossen Ideenfundus entstehen lassen.

Trophée Ruinart

Der beste Sommelier 2005

■ Christian Bock wurde anlässlich der 20. Trophée Ruinart zum besten Schweizer Sommelier 2005 erkoren. Der in Deutschland geborene Bock arbeitet als Sommelier im Park Hotel Weggis in Weggis. Bei der Austragung im Jahr 2003 hatte er bereits den 2. Platz belegt. Dieses Jahr auf dem 2. Platz klassierte sich Sébastien Lacroix, tätig in der Auberge de Lavaux in La Conversion sur Lutry. Dritter im Wettbewerb wurde Rodolfo Introzzi vom Hotel Villa Principe Leopoldo Residence in Lugano. Insgesamt hatten an der diesjährigen Trophée Ruinart 21 Kandidaten teilgenommen. Der Wettbewerb wird alle zwei Jahre durchgeführt. DST



■ Christian Bock gewann die diesjährige Trophée Ruinart. Foto: zvg



■ Stolz Patron und Sieger. Philippe Rochat (l.) gratulierte seinem Chef de partie Martial Stoky bei der Siegerehrung. Im Bild mit Virginie Taittinger. Foto: zvg

39. Prix Culinaire Pierre Taittinger

Rochat-Koch holte sich die Trophäe

■ **Martial Stoky** vom Restaurant de l'Hôtel de Ville in Crissier vertritt die Schweiz am 39. «Prix Culinaire Pierre Taittinger» im November in Paris.

Martial Stoky heisst der Sieger der Schweizer Vorausscheidung für den Prix Culinaire Pierre Taittinge 2006. Der 26-jährige Sieger, der bei Philippe Rochat im Restaurant Hotel de Ville in Crissier als Chef de partie arbeitet, verewies Laurent Dubois von der Auberge de Floris in Anières/Genf und David Sauvignet vom Beau-Rivage Palace in Lausanne auf die Plätze zwei und drei. Er wird am 28. und 29. November, an

dem das internationale Finale in Paris stattfindet, die Schweiz vertreten.

Die Aufgabenstellung verlangte von den Köchen innerhalb von fünf Stunden zwei unterschiedliche Gerichte. Einerseits einen ganzen Wolfbarsch mit Hummerfüllung, zwei Garnituren und eine Champagnersauce. Das Tellergericht hatte dieses Jahr «Ris de veau» (Milken) zum Thema.

Zugelassen zum Prix Culinaire Pierre Taittinger werden Köche im Alter zwischen 24 und 39 Jahre, die in einem öffentlichen Restaurant arbeiten. Als Generalimporteur für Champagner Taittinger in der Schweiz zeichnet Howeg für die Organisation des Anlasses verantwortlich. GSG



HOTELLERIE 9
Radisson | Maximilian
 Newiger bucht bereits fleissig Übernachtungen für das «Radisson», das im Juni in Luzern öffnet.



GASTRONOMIE 10
Universität Bern | Die
 Zürcher Gastrogruppe ZFV führt den neuen Gastrokomplex, bestehend aus Bar, Lounge und Bistro.



TOURISMUS 11
Zermatt | Die Bergbahnen
 verbesserten im Geschäftsjahr 2004/05 die wichtigsten Kennzahlen. Die Dividende wird erhöht.



Zermatt: «Enjoy Switzerland»

«Eine Welle, die immer grösser wird»

■ Zermatt will seinen alten Dorfkern besser in Szene setzen. Das ist eine der Inszenierungsmassnahmen, die Zermatt im Rahmen des Pilotprojekts «Enjoy Switzerland» verwirklichen möchte. Erlebnisinszenierungen sind aber nur ein Steinchen im Enjoy-Mosaik.

Christine Künzler

«Es geht viel in Zermatt», stellt Hansruedi Müller, Leiter des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus an der Uni Bern, fest. Er ist gekommen, um mit der entsprechenden Projektgruppe von «Enjoy Switzerland» anhand einer Dorfbegehung festzustellen, was bezüglich Erlebnisinszenierung bereits getan worden ist und was es noch zu tun gäbe. Das Thema, das dem Zermatter Inszenierungskonzept zu Grunde liegt, ist – wie könnte es anders sein – das Matterhorn. Dazu, zu der Erstbesteigung des Matterhorns beispielsweise, liesse sich ein Musical (nach dem Vorbild Heidiland) oder ein Theater auf die Beine stellen, regt Müller an.

Es ist die zweite Dorfbegehung, seit die Zermatter das Pilotprojekt im September 2003 lanciert haben. Erlebnisinszenierung, sagt Müller, «ist eine bauchlastige Geschichte. Sie hat viel mit Atmosphäre, mit sinnlicher Wahrnehmung und mit Gerüchen zu tun.» Was das in der Praxis heissen könnte, zeigt Müller dem Projektteam auf dem anschliessenden Dorfrundgang.

Das Matterhorn gehört zum Bahnhof

Da ist einmal die Bahnhofstrasse, die durch das Dorf führt. Sie soll verkehrsberuhigt werden. Möglichkeiten dazu sind bereits angedacht. Attraktiver werden muss auch der Weg, der in den gut erhaltenen alten Zermatter Dorfkern führt. Diesen Zugang mittels indirekter Beleuchtung in Szene zu setzen, rät Müller. Das Projektteam ist sich einig: Bereits ist geplant, die Speicher mittels einer schlichten Plexiglastafel zu beschriften, damit die Gäste nachvollziehen können, wann das Haus erstellt worden war und wozu es diente.

Lichtinszenierungen, ein Thema, das Hansruedi Müller am Herzen liegt: Es liessen sich noch einige Gebäude mehr mittels Licht in Szene setzen, sagt er. Ein weiterer Punkt ist die Sportanlage, die in verschiedener Hinsicht unattraktiv ist. «Wir bezahlen viel für die Kunstseilbahn, die fast niemand nutzt»,



■ Erlebnisinszenierung in Zermatt. Die Strasse, die in den alten Dorfkern führt, könnte mittels indirekter Beleuchtung besser in Szene gesetzt werden (Bild links). Das Leitsystem im Ort ist neu gemacht worden und enthält das Signet von «Enjoy Switzerland».

Fotos: Christine Künzler



hält Tourismusdirektor Roland Imboden fest. Bereits werden mögliche Konzepte diskutiert. Müller rät, bei einem so grossen Projekt unbedingt externe Fachleute beizuziehen.

Abschluss der Begehung ist der Bahnhofplatz. Hier möchte Müller das Matterhorn – das Grundthema – inszenieren haben. Der Gast kommt an und sieht als Erstes eine wenig attraktive Hauswand. Aus der Not eine Tugend machen könnte man beispielsweise, indem an besagter Hauswand Spiegel montiert würden, die das Matterhorn auf den Bahnhofplatz brächten. Das Thema Matterhorn liesse sich aber auch mittels Laser oder Wasser auf den Bahnhofplatz zaubern, meint Müller. Ein Masterplan für den Umbau des Zermatter Bahnhofs besteht bereits. «Die Thematisierung des Matterhorns muss unbedingt im Masterplan verankert werden», hält er fest.

Den «guten Geist» weiterleben lassen

Müllers Inszenierungskonzept hat in Zermatt einiges bewirkt, bestätigt Tourismusdirektor Roland Imboden (vergleiche Box). Jetzt geht es darum, «den guten Geist der Projekt-Gruppe» auch nach dem Ende von «Enjoy Switzerland» in den nächsten Jahren weiterleben zu lassen, so Müller. «Es gibt in Zermatt viele grosse Pläne, auf die die Ein-

fluss-Gruppe Einfluss nehmen kann.» Die Gruppe ist sich einig, dass die Arbeit weitergeführt werden muss. Nur wie? Die Zermatter haben noch neun Monate Zeit, um sich das zu überlegen, dann ist die Pilotphase abgelaufen. Einige der «Enjoy-Switzerland»-Themen sollen in einem übergeordneten Leitbild, das Zermatt in Zusammenarbeit mit dem FIF erstellt, aufgenommen werden.

«Das Projekt ist breit abgestützt»

«Enjoy Switzerland» ist in Zermatt Tourismus gut integriert, bilanziert Müller. Das Projekt kam Zermatt Tourismus auch sehr gelegen, wie Imboden bestätigt. Eine Visionsgruppe hatte – unabhängig von «Enjoy Switzerland» – Visionen für den Zermatter Tourismus erarbeitet. Diese umzusetzen habe jedoch nicht funktioniert – vor allem deshalb nicht, weil die Entscheidungssträger in der Visionsfindung nicht oder nur wenig integriert waren. Da kam «Enjoy Switzerland» wie gerufen, denn das Projekt ist breit abgestützt, alle Vereine und Unternehmen der Branche sind miteinbezogen. Die Ideen der Visionsgruppe sind nun in «Enjoy Switzerland» transferiert worden und haben hier eine bessere Realisationschance.

«Es ist ein Prozess, den man nicht mit der Brechstange vorantreiben

kann», fasst Imboden seine Erfahrungen mit dem Pilotprojekt zusammen. «Es ist wie eine Welle, die immer grösser wird. Die Welle soll aber kontrolliert vorwärts rollen.» Anfangs sei das Pilotprojekt in der Bevölkerung hie und da auf Widerstand gestossen. Aber genau diese ehemaligen «Gegner» unterstützten heute das Projekt. Eine FIF-Befragung bei der Bevölkerung zeigt: 90% der Zermatter stimmen dem Projekt zu.

«Enjoy Switzerland» hat denn in Zermatt nebst den Inszenierungen auch andere Projekte ausgelöst. Beispielsweise Kurse zu bestimmten The-

men für die Hoteliers. Ein Projekt in den Schulen, um das Tourismusbewusstsein Jugendlicher zu fördern. «Ein Riesenerfolg», sagt Imboden. Auch die «Peacemakers» sind dem Pilotprojekt zu verdanken: «Schülerinnen und Schüler wurden ausgebildet, um einzugreifen zu können, falls ihre Kollegen im Zug Gäste stören könnten. «Dank «Enjoy Switzerland» haben gewisse Leute begonnen, miteinander zu reden», so das Fazit von Imboden. «Jetzt ist es die grosse Kunst, das Projekt weiterführen zu können, denn wir wollen weitermachen.»

Das Projekt «Enjoy Switzerland» wirkt sich aus

■ «Enjoy Switzerland» ist von Schweiz Tourismus für drei Jahre mit einem Budget von 4 Mio. Franken lanciert worden. Nebst Zermatt wird es noch in den Pilotdestinationen Lenzerheide, Scuol und Villars umgesetzt. Im Januar 2007 sollen acht weitere Destinationen für die Umsetzung des Projekts ausgewählt werden. Das Pilotprojekt wird von Innotour unterstützt. Die Erlebnisinszenierungen sind nur ein Puzzleteil im Gesamtprojekt. Im Rahmen des Themas Erlebnisinszenierungen hat Zermatt schon einiges umgesetzt: Beispielsweise werden die Spielplätze renoviert. Die roten Ruhebänke

werden nach und nach durch holzfarbene ersetzt. Alle tragen die Aufschrift «Schön, dass Sie hier sind» und werden verkauft: für 750 Franken, mit der Garantie, dass die Bank mindestens während fünf Jahren die Plakette des Käufers trägt. Ein Angebot, das gefragt sei. Zudem hat das Dorf ein neues Leitsystem erhalten und diverse alte Speicher sind saniert worden. Zudem sind in Zusammenarbeit mit der Air Zermatt und mit Freiwilligen 50 Tonnen Altmüll aus dem Zermatter Wandergebiet entsorgt worden. Laut dem Projektverantwortlichen Urs Abgottspon sind verschiedene weitere Projekte in der Pipeline. CK

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern | Redaktion: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Verlag: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

happy YOU
 happy lease&sleep
 25 neue Matratzen für 225 Franken im Monat.
happysystems™ hotellerie+suïse
 I well i hett es happy-Bett.
 Tel. 071 387 44 44, www.happy.ch

Ihre feine Schweizer Wäsche für Tisch, Bett und Bad
 Zaubernde Motive nach Wahl und in jeder Farbe, für Ihr Haus auf Mass konfektioniert.
 Kauf oder Miete inkl. Wäschepflege: Setzen Sie auf Schweizer Kompetenz.
Schwob textiles of Switzerland
 Schwob & Co. AG, Leinenweberei
 Kirchbergstrasse 19, 3401 Burgdorf
 Telefon 034 428 11 11
 contact@schwob.ch, www.schwob.ch

eco bar
 Die beste Adresse für Minibars und Zimmersafes:
 www.ecobar.ch
 Da finden Sie alle Modelle und Preise
 Ecobar AG
 5621 Zufikon
 Telefon 056 631 90 60
 Fax 056 631 90 91
 info@ecobar.ch

BAD & WELLNESS • BETT • TISCH • KÜCHE
 Bettwäsche im Druckessin Art.-Nr. 3692
 50% Baumwolle, 50% Polyester.
 Pflegeleicht ausgerüstet.
 Garnitur, CHF 63.60
 Weitere Dessins, Farben und Grössen auf Anfrage
PFEIFFER TEXTILE
 PFEIFFER TEXTILE GmbH
 CH-8753 Mollis • Netolsterstrasse 11 • Tel. 055 618 41 41
 Fax 055 618 41 00 • switzerland@pfeiffertextile.com

HESSER
UNTERNEHMENSBERATUNG
FÜR HOTELTERIE & RESTAURATION

**Wir verkaufen - vermieten
oder suchen Ihren neuen Betrieb,
unser Immobilienbulletin erreicht
16'000 Leser**

**Wir sind auch die Spezialisten
für Probleme mit der Bank, Umfinanzierungen,
Sanierungen, Reorganisationen,
Kostenrestrukturierungen und Marketing**

Poststr. 2, PF 413, 8808 Pfäffikon SZ
055/410'15'57 - 079/422'37'24
Fax 055/410'41'06

Per Dezember 2005 oder nach Vereinbarung vermieten wir an zentraler Lage in der neu renovierten Liegenschaft

Rest. Löwen, Laupen

- Restaurant mit Säli ca. 60 Sitzplätze und Terrasse ca. 30 Sitzplätze
- Vinothek oder Ladenfläche 75 m²
- 3/4-Zimmer-Wohnung mit schöner Terrasse

Sind Sie interessiert? Rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne nähere Auskunft.

Telefon 079 222 55 54

168270/431948

SERIMO
IMMOBILIENDIENSTE AG

In der Altstadt von Laufen an allerbesten Lage zu verkaufen

Hotel Restaurant Lamm

- 5 Einzel- und 12 Doppelzimmer
- Sitzungszimmer
- Gourmetküche/grosser Saal
- Restaurant mit 48 Plätzen
- Baujahr um 1800, renoviert
- Wirtswohnung

Verkaufspreis CHF 1 800 000.-

Herr Bruno Schuler erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte.

Telefon 061 206 02 41
bruno.schuler@serimo.ch
www.serimo.ch

alaCasa.ch
für Wohneigentum

Zu verpachten oder verkaufen

Gasthof Au
7235 Fideris-Station GR

- 25 Sitzplätze in der Gaststube.
- 50 Sitzplätze im Speiselokal.
- 30 Sitzplätze auf der Terrasse.
- 13 (28 Bett) neu renovierte Doppel- und Familienzimmer. Alle mit DU/WC und mit einem Personenlift erreichbar.
- Grosser Parkplatz direkt beim Haus.

Der Gasthof Au befindet sich an der Verbindungsstrasse zwischen Klosters und Davos (Entfernungen: 15 Min. Klosters, 25 Min. Davos, 20 Min. Bad Ragaz) und ist auch Treff und Ausgangsort für Schlittelspass auf der 11 km langen Schlittelbahn oder für Schneeschuh- und Skitouren im Parsenngebiet und in den Fideriser Heubergen.

Wir suchen ein fachlich ausgewiesenes **Gastgeberpaar**, welches mit Freude die Zusammenarbeit mit der **einheimischen Kundschaft** sucht und die **Touristen** zu verwöhnen weiss. Sie bringen bereits **Erfahrung in der Führung eines Gastrobetriebes** mit.

Wir bieten **attraktive Mietkonditionen** und Rahmenbedingungen.

Interessiert? Rufen Sie uns noch heute an.
Für weitere Auskünfte oder eine Besichtigung wenden Sie sich an Herrn Bruno Bertoli, Telefon 081 332 13 12 / Fax 081 332 26 06.
Unter www.a-z-werbung.ch/au finden Sie eine kleine Bildokumentation.

168297/101788

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

**Bereit für den
Neubeginn?**

Unbezahlbare Tipps zu bezahlbaren Preisen für **Unternehmer in Hotellerie und Restauration.**

Gsell & Partner GmbH | 6003 Luzern
Telefon +41 (0)41 220 2000
Telefax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch
www.gsellundpartner.ch

Wir verpachten in Aeschi bei Spiez an bester Lage per 1. Dezember 2005 oder nach Vereinbarung

**Restaurant
mit Hotelzimmern und evtl.
Wirtswohnung**

an innovative Gastgeber.

Information und Bewerbung:
Niesenzentrum AG
Mühlenstrasse
3703 Aeschi

Telefon 033 654 18 90

168260/391413

Stadt Zürich, an bester Lage, 3 Min. zum Hauptbahnhof, zu vermieten per 1. Nov. 2005

Restaurant

70 Plätze, Eventsaal 25 Plätze, Bar 30 Plätze, Terrasse 55 Plätze.

Das Lokal würde vor kurzem renoviert. 24-Std.-Öffnung möglich.

Kontaktnahme unter 076 413 68 59.

168261/92398

SPLÜGEN In attraktiven Sommer- und Winterferienort verkaufen wir

Café/Restaurant
im Bistro-Stil, Bj. 1984, sehr guter Zustand, 55-60 Plätze, Terrasse, Backstube

Interessante Konditionen

Huber Treuhand, Albula 172
7411 Sils i.D., Fon 081 651 08 80
huber@spin.ch, Mitglied

Nachmieter gesucht für

Bar
in Bonstetten

- 32 Sitzplätze
- kleine Küche
- Parkplätze vorhanden

Weitere Infos unter Tel. 079 665 13 90

168314/431952

Die **htr stellen revue** bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche. Hier finden Sie die besten Fachkräfte. Inserieren und Abonnieren: Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23. E-Mail: inserate@swiss-hotels.ch, www.htr.ch

htr Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.

htr AUS- UND WEITERBILDUNG/ANZEIGEN

SYMPOSIUM.NULL.FÜNF.
Der Gastro-Event von GastroSuisse und Igeho
Dienstag,
22. November 2005 im
Kongresszentrum
Messe Basel

TOP INFORMATION.
TOP FASZINATION.
TOP MOTIVATION.

Balance

Gastronomie zwischen Gesundheit und Genuss.

Reservieren Sie Ihren Platz:
GastroSuisse Weiterbildung | Blumenfeldstrasse 20 | 8046 Zürich
T 044 377 55 30 | F 044 377 55 92 | weiterbildung@gastro-suisse.ch | www.gastro-suisse.ch
Besuchen Sie uns auch an der Igeho 05 in der Halle 1.0 Stand V02.
Eine Eintrittskarte erhalten Sie am Symposium.

Unsere Partner:

Vos connaissances commencent ici!

Cours & Qualifications

Contact:
Tel: 032 724 43 94
email:
info@abcwine-spirits.ch
www.abcwine-spirits.ch

**Wine & Spirit
Education Trust**

www.abcwine-spirits.ch

Italienisch in Florenz

Spezialangebot:
2 Wochen Italienischkurs, 4 Std./Tag, in kleiner Gruppe und Unterbringung in Einzelzimmern
Total SFR 790.-

Fragen Sie uns bezüglich längerer Kursdauer bzw. spezielle Kurse für den Tourismus.

Scuola Toscana
Via dei Benci, 23
50122 Firenze/Italia
Tel. und Fax 0039/055 244583
www.scuola-toscana.de

153472/390239

Gütesiegel

Q

Publikation

**FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT**

Zertifizierte Qualität.

Diese Zeitschrift wurde von Verband SCHWEIZER PRESSE mit dem Gütesiegel für das Jahr 2004 ausgezeichnet.

SOUTHBOURNE SCHOOL OF ENGLISH
BOURNEMOUTH ENGLAND

**Lernen & Arbeiten
für Hotel- & Gastroprofis**

Tel. 031 950 28 27
www.best-of-english.ch

Zu verkaufen: elektronische **Stempeluhren**

ab Fr. 598.-

- Rechnende Ausführung ab Fr. 790.-
- Badge-System ab Fr. 1800.-
- Stets rev. Occ. mit Garantie

Jaeggi Uhrenanlagen
Zürcherstrasse 10
8002 Zürich
Tel. 032 384 50 51
Zürich: 01 202 34 61

www.jaeggi-co.ch
info@jaeggi-co.ch

**ICH POCHTE AUF
MEHR BEWEGUNG.
IHR HERZ.**

Machen Sie mit beim **IMPULS-Bewegungsprogramm**.
Gratis-Broschüre bei der Schweizerischen Herzstiftung,
Postfach 176, 3000 Bern 15.

Die besten Arbeitgeber inserieren in der **htr stellen revue**.
Denn hier gibt's jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.
Inserieren und Abonnieren: Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23, inserate@htr.ch, www.htr.ch

htr Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.

Kongresstourismus

«Radisson» füllt in Luzern eine Lücke

■ Das hat Luzern spätestens seit der Eröffnung seines KKL gefehlt: ein Viersternehaus an zentraler Lage mit Kongress-Infrastruktur. Nächsten Sommer eröffnet die Rezidor SAS Hospitality das «Radisson». Es umfasst total 165 Zimmer, wie sie nicht näher liegen könnten.

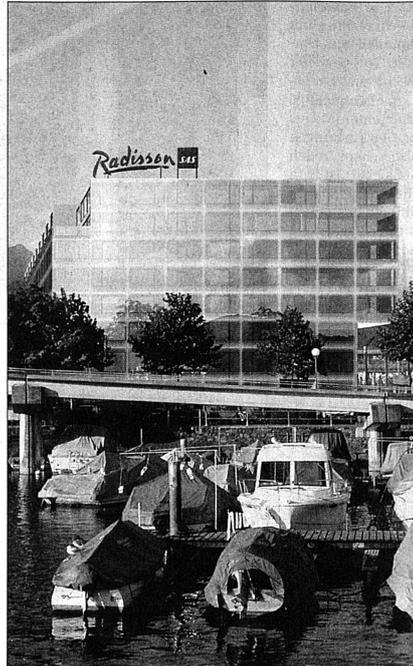
Herbert Fischer

Zielgruppen sind Geschäftsreisende und Firmenkunden, wie sie seit dem Jahr 2000 jähren, jahraus das Kultur- und Kongresszentrum bevölkern, wie sie aber in Ermangelung eines ausreichenden Angebots in ihrem Preissegment immer wieder ausserhalb Luzerns logieren mussten; vor allem dann, wenn die Kongresse, die sie besuchten, eine gewisse Grösse überschritten.

Dieses Gästeprofil wiederum passt haargenau in die Offensivstrategie der Rezidor SAS Hospitality. Deren CEO und President Kurt Ritter sagt: «Als Schweizer hatte ich immer grosses Vertrauen in die einheimische Beherbergungsindustrie und in die Entwicklung von Hotelprojekten durch unser Unternehmen an diesem zentralen Standort. Mit den bestehenden Radisson SAS Hotels in Basel und St. Gallen und den neuen Häusern in Luzern und am Flughafen Zürich, den beiden Park Inns in Lully und beim Flughafen Zürich sowie einem Park-Inn-Projekt in Fribourg gehören wir nun zu den führenden internationalen Hotelgruppen in der Schweiz.» Ritters Vision ist es, «eine Auswahl an hochwertigen Hotelmarken aus unterschiedlichen Marktsegmenten anzubieten». Seit sie 2002 mit Carlson Hotels Worldwide ein strategisches Ankommen eingegangen war, führt seine Gruppe in ihren Märkten Europa, Naher Osten und Afrika auch die Marken Park Inn, Country Inn und Regent.

Bereits definitive Buchungen und zahlreiche Anfragen

Laut Köchl längst im Gang ist die Zusammenarbeit mit dem Kultur- und Kongresszentrum: Dessen Management konzentriert sich auf die Akquirierung und Durchführung von Kongressen, die gleichzeitige Unterbringung potenzieller Besucher gehört jedoch nicht zu seinem Kerngeschäft;



■ So präsentiert sich das «Radisson». Was erst auf Plänen sichtbar ist, wird ab Juni nächsten Jahres nahe beim See und beim Bahnhof in Betrieb sein. Das Radisson SAS Hotel Luzern. Links die Fassade der «Lakefront». Bild oben rechts: Die Lobby mit den frei stehenden Rezeptions-Stationen und dem modernen Terrazzoboden. Die Lounge (im gleichen Bild ganz rechts) hat direkten Zugang zum Restaurant. Dieses ist im Bild unten rechts zu sehen. Es wird eine «leichte mediterrane Küche» anbieten. Fotos: zvg

auch hier fülle «Radisson» somit eine Lücke. Zudem entstehe in Luzern zurzeit eine neue Instanz, die genau diese Koordination zwischen den Veranstaltern, den Infrastrukturanbietern und den Beherbergern von Kongressen und ihren Teilnehmern übernehme. Die genaue Trägerschaft dieses «Kongressbüros» und damit auch dessen Finanzierung stehe aber noch nicht im Detail fest.

Bereits am Werk sind für das «Radisson» Luzern Maximilian Newiger und eine Mitarbeiterin. Er berichtete, bereits «viele definitive Buchungen und zudem zahlreiche Anfragen» getätigt und erhalten zu haben. Weitere Geschäfte stünden «kurz vor dem Abschluss». Eröffnet wird im Juni 2006. Die Höhe des Mietzinses wollte Maximilian Newiger gegenüber der htr nicht bekannt geben.

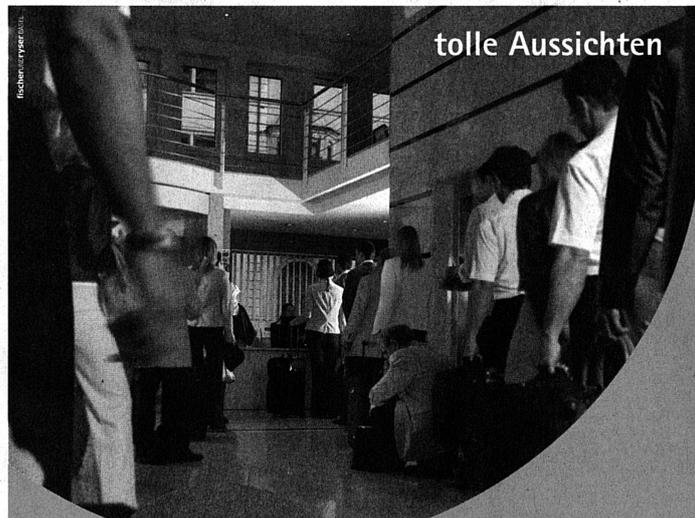
Nähere Lage bei KKL und Bahnhof wäre nicht möglich

■ 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird das «Radisson» in Luzern beschäftigen; noch nicht bestimmt ist die Direktion, deren Ernennung spätestens im Januar erfolgen soll. Die Eröffnung ist für Juni 06 und damit zwei Monate vor Beginn des Lucerne Festivals geplant. Der Viersternebetrieb befindet sich im «Lakefront Center», dessen Eigentümerin die Crédit Suisse Real Estate Property Fund Plus ist. Rezidor ist Mieter sowohl der Räume als auch der Hotel-Infrastruktur. Der Komplex liegt am See, allerdings nicht direkt; dazwischen liegt jedoch bloss der Inselquai, eine Strasse, die – kaum 200 Meter weit – beim KKL (dem Kultur- und Kongresszentrum) beginnt. Das neue Hotel wird direkt mit einer bereits bestehenden gedeckten Fussgängerpasserelle verbunden, die in den Bahnhof führt; dieser Weg dauert zwei, drei Minuten. Zudem verfügt das Haus über eine eigene Tiefgarage, zahlreiche weitere Parkierungsmöglichkeiten befinden sich im und um den Bahnhof, dessen unmittelbarer Nachbar das KKL ist. Die 165 Hotelzimmer werden vom Designerunternehmen Team by Willis gestaltet und unterscheiden sich in die Stil-

richtungen Urban, Resort und Lifestyle. Alle haben Klimaanlage, Flachbildschirm-Fernseher mit Kabelanschluss, High-Speed-Internet-Anschluss, Wireless LAN und Minibar. Die Preise der einzelnen Kategorien liegen bei 205, 245 und ab 550 Franken. 120 Plätze bietet das Design-Restaurant, dessen offene Showküche «leichte mediterrane Gerichte» anbietet. Im Sommer werden die Gäste auch auf einer Terrasse bewirtet. Insgesamt zehn multifunktionale, klimatisierte Räume umfasst das Konferenz- und Bankettangebot. Davon sind acht Räume für Meetings mit 13 bis 135 Personen angelegt. Zwei Räume mit Flächen von 90 und 115 m² dienen Banketten. Die Räume lassen sich kombinieren und können maximal 215 (Tagungen) und 275 Personen (Bankette) aufnehmen. Die Seminarpauschale pro Person ist ab 85 Franken erhältlich. Sie umfasst die Raummiete mit Grundausstattung und Beamer, zwei Kaffeepausen, ein Mittagessen mit Softdrink, Kaffee und Tee. Mit Übernachtung kostet sie pro Person 280 Franken. Das «Radisson» bietet zudem einen «voll ausgestatteten Fitnessbereich», wie die Bauherrschaft bekannt gab.

HRF

Anzeige



Als KMU haben Sie mit WIR mehr Gäste mehr Umsatz mehr Gewinn Rufen Sie uns an: 0848 133 000

WIR Bank
seit 1934

www.wirbank.ch Basel • Bern • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

Universität Bern

Stilvoller Barbetrieb statt Mensa-Food

■ Nächste Woche eröffnet die Uni Bern alternativ zur Mensa eine bediente Cafébar plus Bistro. Betreiber ist der ZFV, die Personalkosten der Challenge.

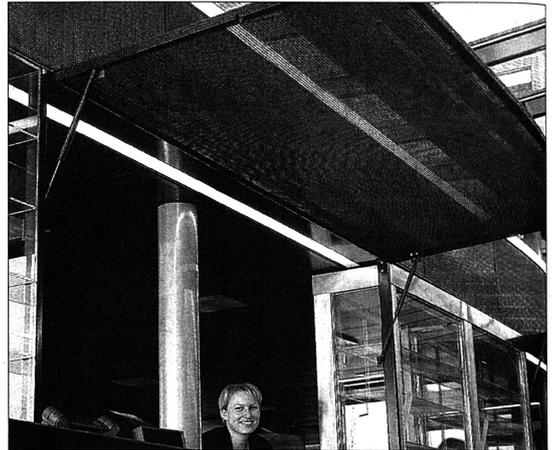
Gudrun Schlenzcek

Bistro und Cafébar statt Mensa im neuen Gebäude der Universität Bern an der Schanzeneckstrasse: Direkt am Eingang empfängt den Besucher die von drei Seiten zugängliche Bar, an der am Tage der Kaffee und am Abend Bier und Wein für Umsatz sorgen sollen. Keine sonst für Studierende übliche Selbstbedienung, sondern Selbstwahlprinzip: Sämtliches Food & Beverage wird an der Bar (100 Plätze) bedient ausgere-

ben. Im 56-plätzigem Bistro – nur mittags geöffnet – herrscht Tischservice. Für den modernen Verpflegungsstil hat die Uni sich einen neuen Betreiber gesucht: Statt der Stiftung Mensa-Betriebe Bern, die sonst auf dem Campus für das leibliche Wohl sorgt, wirtschaften die ZFV-Unternehmungen im «UniS»-Gebäude. Der Platz Bern ist für die Zürcher Gastronomie-Unternehmung zum zweitwichtigsten Standort geworden: Ab nächster Woche übernimmt der Caterer zudem die Mitarbeiterverpflegung des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation in Ittigen.

Herausforderung für den ZFV an der Uni Bern wird die notwendige tiefe Preisstruktur gepaart mit einem relativ hohen Personalaufwand sein. Der be-

diente Café crème an der Bar gibts für Fr. 1.80, den Cappuccino für Fr. 2.30 und die Pasta-Schüssel in Bauscher-Porzellan für Fr. 8.50. «Wir rechnen mit einem Personalkostenanteil am Umsatz von 40 Prozent», so Gruppenleiter Andreas Hunziker. Nicht zuletzt deshalb bestimmen margenträchtige Snacks und Ein-Komponenten-Menüs wie Pasta das Angebot. Gewinn bringen soll auch der Alkoholausschank in den Abendstunden: Die Cafébar ist von 07.30 Uhr bis 22.00 Uhr geöffnet. Das ist ganz im Sinne der Uni, die den neuen Gastro-Betrieb als Ort der Begegnung sieht. Der ZFV zahlt der Uni eine marktübliche Miete, investierte ins Kleininventar wie Kaffeemaschinen und Table Top und rechnet mit einem Jahresumsatz von 1 Mio. Franken.



■ Blick aus dem Cafébar-Kubus. Susanne Fuchs, Betriebsleiterin der «Uniess Bistro-Bar-Lounge», bewirbt ab nächstem Montag hier die Gäste. Foto: Gudrun Schlenzcek

Anzeige

Was Gäste wünschen. HOTEL 2005



Unter der Schirmherrschaft von:



Sponsors & Partners



Tel +39 0471 516 000 Fax +39 0471 516 111
www.messebozen.it/hotel2005



HOTEL

29. Internationale Fachmesse für das Hotel- und Gastgewerbe

24. - 27. Oktober 2005

9.30 - 18.30 Uhr

Gemeinsam mit:



AUTOCHTONA

2. Forum für autochthone Weine

24. Oktober 2005

11.00 - 21.00 Uhr

FIERA BOLZANO



MESSE BOZEN

Rail Gourmet

Comeback als Schweizer Caterer

■ Seit 2003 kocht der internationale Zugcaterer Rail Gourmet nicht mehr auf Schweizer Schienen. Nun fasste man einen Auftrag der Rhätischen Bahn.

Gudrun Schlenzcek

Obwohl die Compass-Group-Tochter Rail Gourmet ihren Hauptsitz in Zürich-Kloten hat, ist sie nicht mehr auf Schweizer Schienen aktiv. Das, nachdem im September 2003 der 40-Prozent-Anteil an Elvetino an die Schweizerischen Bundesbahnen SBB verkauft wurde. Doch nun hat sich eine Gelegenheit ergeben, in den zu drei Vierteln von den SBB besetzten Schweizer Zugcatering-Markt wieder einzusteigen: Die SBB werden sich von dem Verpflegungsgeschäft auf der Rhätischen Bahn (RhB) trennen. Die Nachfolge wird spätestens ab Mai 2006 die sich noch in Gründung befindende RailGourmino swissAlps AG antreten. Dahinter steckt eine Bietergemeinschaft um Rail Gourmet und den ehemaligen Elvetino-Chef Jürg Stettler.

Der Auftrag umfasst die Railbars und Speisewagen auf zirka 30 Zugverbindungen der RhB und die Speise- und Servicewagen im Glacier Express, der gemeinsam von der RhB und der Matterhorn Gotthard Bahn betrieben wird. Für diese Strecke planen die beiden Bahnen ein neues Gastrokonzept: Vier Speisewagen werden durch Servicewagen im Mai nächsten Jahres ersetzt, bedient wird in der ersten und zweiten Klasse am Platz. Gekocht wird alles frisch auf der Schiene.

Eine weitere Expansion in der Schweiz ist bei Rail Gourmet nicht geplant. Wenn sich aber, wie mit der RhB, eine Gelegenheit ergibt, «werden wir das sicher prüfen», so Projektleiter Rolf Streuli. Der konsolidierte Jahresumsatz der Rail Gourmet Group liegt bei rund 300 Mio. Franken. Präsent ist die Gruppe in Skandinavien, England, Belgien, Frankreich, Spanien, Shanghai.

KURZ UND BÜNDIG

Info-Center

■ Hugentobler hat mit 16 Partnern aus der Gastro-Zulieferbranche ein Kompetenzzentrum für die Gastronomie realisiert. Die Informationsplattform mit Schulungsraum und Showküche befindet sich auf 170 m² im zweiten Stock des Prodega CC in Moosseedorf und ist von Montag bis Freitag geöffnet. Betreut wird das Center von Renato Rubin, gelernter Koch. GSG

Chinesische Touristen

Ständerat will an Visumskontrolle festhalten

Der Ständerat will das Schengen-Visum für die Einreise chinesischer Touristen nicht generell anerkennen. Er folgte Bundesrat Christoph Blocher und lehnte mit 15 zu 14 Stimmen eine Nationalratsmotion ab. Blocher erinnerte daran, dass die Schweiz und die Volksrepublik China ein Abkommen zur Erleichterung des Visumverfahrens für Reisegruppen abgeschlossen haben, das seit dem 1. September 2004 in Kraft ist. Seither sei die Zahl der Reisenden aus China von 55 000 im Jahre 2003 auf 118 000 im letzten Jahr gestiegen. Damit sei der Bundesrat dem schweizerischen Tourismus weit entgegengekommen, so der Justizminister. 90 Prozent der aus China Einreisenden hätten nunmehr ein EU-Schweiz-Visum. Die Schweiz wolle aber die Möglichkeit, Visa auf ihre Echtheit zu überprüfen und allfällige Einreisesperren zu kontrollieren, nicht aufgeben.

Hans Hess (FDP/OW), Christoffel Brändli (SVP/GR) und Dick Marty (FDP/TI) forderten den Bundesrat auf, im Interesse des Tourismus ein Sicherheitsrisiko einzugehen. Die Tourismusbranche habe für ein Ja zu Schengen geworben und komme sich nun verschaukelt vor, sagte Hess. Der Schweiz drohe die Gefahr, dass sie als Destination aus den Europa-Programmen der Reisebranche herausfalle. Es dürfe keine Zeit versäumt werden, sich im viel versprechenden chinesischen Markt Anteile zu sichern. *DST/sda*

Internet

Neue Domain für den Tourismus

Seit dem 1. Oktober gibt es für die Tourismusbranche die ersten neuen «travel»-Domains. Dies dürfte auch für Schweizer Destinationen von Interesse sein.

Die Internet-Verwaltung ICANN hat eine eigene Top-Level-Domain für die Tourismusbranche freigeschaltet. Fluglinien, Themenparks, Restaurants und andere in der Reisebranche Tätige können ab sofort über die offizielle Vergabestelle Tralliance Websites mit der Endung «travel» anmelden. Zu diesem Zweck hat die Tralliance Corporation, ein weltweiter Verbund von Unternehmen der Reisebranche, alle auf der Liste ISO 3166-1 vorhandenen geographischen Namen reserviert, und zwar in englischer und allen anderen offiziellen Sprachen.

Abwicklung erfolgt in zwei Phasen

Es liegt nun an den Destinationen, ob sie ihre Namen registrieren lassen wollen. Die Abwicklung erfolgt dabei in zwei Stufen, welche die World Tourism Organization (WTO) festgelegt hat. Die erste Phase dient der Registrierungsanfrage. Die Reservation der Internet-Adressen, welche auf «travel» enden, sollte bis zum 31. Dezember 2005 bei Tralliance erfolgen. Diese Namen müssen allerdings auf der Liste ISO 3166-1 figurieren. Die WTO weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass der



«travel». Die Tralliance-Corporation liefert auf ihrer Homepage die Details zur Top-Level-Domain für die Tourismusbranche. Screenshot: hr

demografischen Bedeutung am meisten Gewicht beigemessen wird. Die Adresse www.paris.travel beispielsweise wird vorzugsweise an Frankreichs Hauptstadt vergeben und nicht an den Ort Paris in Texas.

In einer zweiten Phase – zwischen dem 1. und 15. Januar 2006 – wird Tralliance Listen der Orte, welche um eine Registrierung nachgesucht haben, versenden. Dabei erhält jeder Ortsname eine Identifikationsnummer (IIN). Diese

wiederum erlaubt den Destinationen, die gewünschten Namen zu registrieren und zu kaufen, um die Domain «travel» verwenden zu können. Dieser Prozess muss zwischen dem 15. Januar und dem 31. März 2006 erfolgen. Namen, die bis nach Ablauf der Frist nicht registriert wurden, werden für Tourismus-Organisationen freigegeben. *MH/DST*
Siehe auch CF Seite 4

www.tralliance.info

Zermatt Bergbahnen

Mehr Ertrag – auch für die Aktionäre

Die Zermatt Bergbahnen AG ist mit dem Geschäftsjahr 2004/2005 (per 31.5.05) zufrieden. Der Betriebsertrag konnte um 6,3 Prozent auf 56,3 Mio. Franken gesteigert werden, wie das Walliser Bergbahn-Unternehmen mitteilte. Der EBITDA stieg um 8,8 Prozent auf 27,2 Mio. Franken. Der Cashflow konnte im Berichtsjahr um 7 Prozent auf 23,5 Mio. Franken erhöht werden – er beträgt nun 41,8 Prozent des Ertrages. Im Sommer 2004 betrug die Einnahmen der Einzel- und Retourfahrten 10,4 Mio. Franken, 0,4 Mio. mehr als im Vorjahr. Die Einnahmen im Winter stiegen um 2,8 Mio. Franken auf 43,9 Mio. Franken.

Die erfreulichen Zahlen führten den Verwaltungsrat dazu, die Generalversammlung zu beantragen, die Dividende auf 5 Prozent zu erhöhen.

Auf die kommende Wintersaison gelangen neue Anlagen und Installationen zum Einsatz, wie die Zermatter Bergbahnen AG weiter vermeldet. Eine Kombibahn mit Sechsesseln und Achtergondeln bildet den Ersatz für die 1967 erbaute Gondelbahn zwischen Sunnegga und Blauherd. Die Kombibahn soll am 15. Dezember eingeweiht werden. Zum gleichen Zeitpunkt sollen drei Personenaufzüge von der Talstation Sunnegga nach Riedweg eröffnet werden. Mit diesen Personenaufzügen soll das Pistenrückführungsproblem vom Rothorngebiet ins Dorf gelöst werden. *DST*

Anzeige

Ihr Geschäft können Sie auf vielen Wegen ins Rollen bringen. Hier einer der wirtschaftlichsten.

Opel. Frisches Denken für bessere Autos.

Die Nutzfahrzeuge von Opel bieten für jede Transportaufgabe die passende, individuelle und vor allem wirtschaftlich attraktive Lösung. Mit exklusivem Opel Dienstleistungs- und Servicepaket «all-in» auf Vivaro und Movano. Auf Wunsch und je nach Motorisierung auch mit neuem MTA-Tecshift-Getriebe (automatisierte Schaltung). So lässt sich gut wirtschaften. **Infoline 0848 810 820.**

3 Jahre oder 100000 km
Gratis-Service* und
Gratis-Reparaturen.
*inkl. Material

Opel Leasing Opel Mobilitätsgarantie www.opel.ch

PUBLIREPORTAGE

Weben und Waschen: attraktive Kombi-Angebote zweier Spezialisten

Hoteliere und Wirte das Leben vereinfachen – das wollen ZETAG Gastrotexilien und FIX/FREI Textil-Service. Die Textil-Spezialistin und die Grosswäscherei bieten neu Gastrowäsche und Wasch-Service im günstigen Paket an. Ihre Kunden gewinnen doppelt: beim Preis und bei der Flexibilität.

Die Kosten in den Griff bekommen und unter Kontrolle behalten, das ist eine tägliche Herausforderung im Gastgewerbe. Dank ihrer Zusammenarbeit sind ZETAG Gastrotexilien und FIX/FREI Textil-Service jetzt in der Lage, Hoteliere und Wirte dabei wirkungsvoll zu unterstützen – mit attraktiven Kombi-Angeboten im Wäsche-Bereich.

Wäsche-Leasing ist eine der Perlen aus dem Angebot. Wer Wäsche least, statt sie zu kaufen, der bindet kein Kapital und spart zudem bei den Einrichtungen und beim Personal. Er ist auch sicher vor finanziellen Überraschungen, weil Leasing-Kosten genau berechenbar sind. Die Gäste im Hotel oder Restaurant merken übrigens nichts davon, dass ein Betrieb seine Wäsche mietet. Sie profitieren einfach von stets sauberer, frischer und gepflegter Wäsche.

Wer sich für ein Leasing in Zusammenarbeit mit ZETAG und FIX/FREI entscheidet, der profitiert vom Know-how und Erfahrungsschatz zweier Spezialisten ihres Fachs.

Hoch stehende Gastro-Wäsche

Die ZETAG ist eine Gastrotexil-Anbieterin mit eigenen Webereien in Hauptwil TG und im deutschen Sindelfingen. Sie bietet eine grosse Vielfalt an Tischwäsche, Bett- und Frottierwäsche sowie Küchenwäsche. Ihr Angebot geht von modernen, eleganten Produktlinien über klassisch-zeitlose Materialien und Dessins bis hin zu verspielten Stoffen. Dank eigener Produktion vom Weben über Färben und Ausrüsten bis zum Konfektionieren ist die ZETAG sehr flexibel und in der Lage, individuelle Kundenwünsche wie zum Beispiel Sonderfarben zu erfüllen. Sie fertigt auch Kleinstmengen mit eingewobenem Firmensignet zu konkurrenzfähigen Preisen. Die kurzen Wege zwischen den Beratern an der Front und den Produzenten in der Weberei erlauben der ZETAG, auf neue Kundenbedürfnisse rasch zu reagieren.

In langjähriger Erfahrung hat sie sich einen riesigen Fundus an Wissen und Können



Oft kopiert und nie erreicht: Pünktchen, die Damast-Tischwäsche von ZETAG für glanzvolle Auftritte.

erarbeitet, von dem Kunden heute profitieren.

Sauber zurück zum Kunden

Gastro-Wäsche reinigen, pflegen und termingerecht wieder zum Kunden bringen, das sind die Stärken, die FIX/FREI Textil-Service beherrschen und seit Jahren in den Dienst zahlreicher grosser und kleiner Auftraggeber stellen. Die zwei leistungsfähigen Wäschereien in Wallisellen ZH und im liechtensteinischen Balzers reinigen, pflegen und unterhalten Gastro- und Hoteltextilien. Sie holen die Wäsche ab und liefern sie sauber und pünktlich wieder ab. Dank der doppelten Infrastruktur ist ein Betriebsausfall kaum denkbar, so dass Kunden von höchster Zuverlässigkeit profitieren.

Auswahl wird grösser

Die ZETAG hat schon bisher Wäsche-Leasing angeboten und auch für FIX/FREI Textil-Service ist Mietwäsche keine Neuheit. Doch dank der Zusammenarbeit der beiden kompetenten Partner gewinnen die Kunden an Flexibilität. Die Miet-Wäsche bei FIX/FREI beschränkte sich bisher auf eine verhältnismässig bescheidene Auswahl an Farben und Materialien. Die Auswahl wird nun um das reichhaltige ZETAG-Sortiment erweitert. Auch anspruchsvolle und wählerische Kunden, die ganz genaue Vorstellungen haben, mit welcher Wäsche sie ihre Gäste verwöhnen und beeindrucken wollen, finden jetzt zweifellos das Passende. Und wer die Wäsche mit seinem Firmensignet kennzeichnen will, der muss deshalb auf Leasing nicht verzichten.

Die Zusammenarbeit von FIX/FREI Textil-Service mit ZETAG Gastrotexilien hat auch

positive Auswirkungen auf den Preis. Interessierte nehmen am besten direkt Kontakt auf, um Näheres zu erfahren.

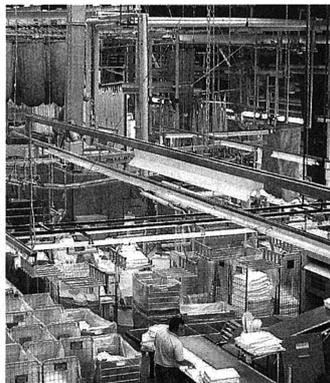
Extern waschen lassen ist in der Regel günstiger als dies selber zu tun, auch bei eigener Wäsche. Wer seine Wäsche bei ZETAG kauft, der kann ebenfalls von günstigen Wasch-Konditionen bei FIX/FREI Textil-Service profitieren. Eine Anfrage lohnt sich.

Kontakt aufnehmen an der IGEHO

Wer den beiden Partnern ganz unverbindlich auf den Zahn fühlen und sich einen Überblick über ihr Angebot verschaffen will, dem empfiehlt sich ein Besuch an der IGEHO in Basel vom 19. bis 23. November. Schliesslich kann nichts den persönlichen Eindruck ersetzen. Am Stand C53 in der Halle 2.1 werden Vertreter der beiden Firmen Red und Antwort stehen.



Zuverlässigkeit wird gross geschrieben bei FIX/FREI – auch beim Holen und Bringen der Wäsche.



Die leistungsfähige Grosswäscherei sorgt für einwandfrei saubere und gepflegte Wäsche.

Zwei starke Partner – gemeinsam noch stärker

ZETAG Gastrotexilien

Weben, färben, ausrüsten und konfektionieren aus einer Hand – das bietet die Gastrotexil-Anbieterin mit eigenen Produktionsbetrieben. Verkauf und Leasing von Tisch-, Bett-, Frottier- und Küchenwäsche. Sachkundige Beratung.

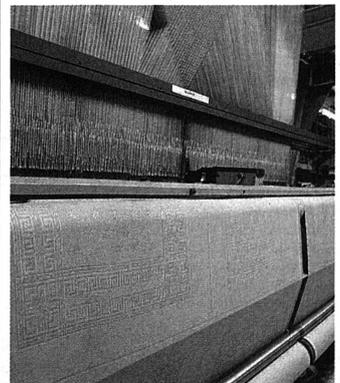
ZETAG AG
Textilwerk
Sorntal, 9213 Hauptwil TG
Telefon 071 424 62 50
Fax 071 424 62 51

FIX Textil-Service Balzers und

Textil-Service FREI Wallisellen
Zwei Grosswäschereien unter einem gemeinsamen Dach. Reinigung, Pflege und Unterhalt von Gastro- und Hoteltextilien, in Miete oder im Besitz der Kunden. Leistungsstarkes Abhol- und Bringsystem.

FIX AG
Neugrüt 15, FL-9406 Balzers
Telefon +423 399 22 22
Fax +423 399 22 23

Textil-Service FREI AG
Gewerbehallenstr. 6, 8304 Wallisellen
Telefon 044 877 96 96
Fax 044 877 96 97



Eingewobenes Firmensignet gefällig? Kein Problem für die ZETAG-Weberei.





GASTRONOMIE 14

«WeinWirtschaften» | Ein Franchise-Konzept, das gut funktioniert, sind die «WeinWirtschaften» der Schuler St. Jakobs Kellerei.



FOKUS 17

Pasta | Barilla steigt in den Tiefkühl-Pasta-Markt ein. Erfolg mit dem Convenience-Produkt verzeichnen die Coop-Restaurants.



PLATTFORM 18

Ratgeber | Tomas Allemann berichtet in einem persönlichen Tagebuch über den Studienalltag seiner MBA-Ausbildung.



Su Hua Newton

Weine mit karitativem Abgang

■ Ihre Weine gehören in Kalifornien zu den besten. Das alleine genügt der chinesischen Weinmacherin Su Hua Newton nicht mehr. Mit anderen Weinmachern hat sie einen «Charity Wine» lanciert, dessen Erlös benachteiligten amerikanischen Kindern zugute kommt.

Franziska Richard

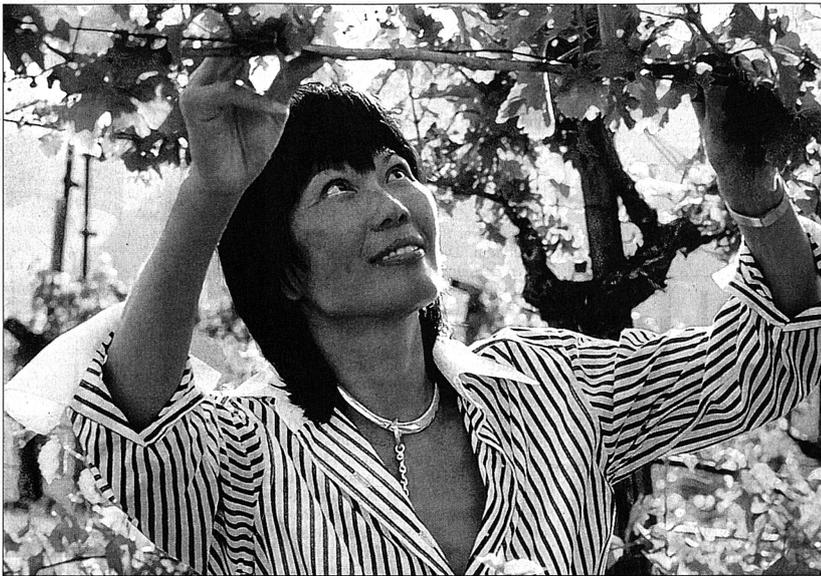
«Wer viel weiss, wird ruhig.» Das sagt Su Hua Newton so unaufgeregt wie vieles andere, das ihr im Leben wesentlich erscheint. Wer die spektakuläre Biografie der zierlichen Winemacherin mit dem rabenschwarzen Haar kennt, weiss, dass dieser Satz viel mit ihr zu tun hat. Das ständige Lernen hat sie geradezu verinnerlicht.

Su Hua Newton wurde in China geboren, wo ihre Familie seit dem 16. Jahrhundert Ländereien an der sibirischen Grenze besass. Die Familie floh in den 50er-Jahren nach Hongkong. Darauf folgte die Emigration nach England, wo Su Hua Newton zur Schullehrerin und nach dem Studium als Journalistin für Zeitungen und Fernsehen arbeitete. Für Letzteres reiste sie fünf Jahre lang in der Welt herum, studierte dann in Neuseeland weiter. Zurück in London, erwarb sie einen Dokortitel in Psychologie und einen in Philosophie. Später lehrte sie als Professorin für Marketing.

Die Winzerin kreierte eine praktische Damenhandtasche

Die mittlerweile in Kalifornien lebende Weinproduzentin, die in früheren Jahren für Chanel als Mannequin auf dem Laufsteg stand und ihr Alter zum Geheimnis macht, gehört nicht zum Typ der müden, abgewandten Aussteiger. Neulich erkannte sie gar die Notwendigkeit von alltagstauglicheren Damenhandtaschen. Denn diese würden beinahe ausnahmslos von Männern entworfen. Ein kapitaler Fehler. Denn Männer könnten ja gar nicht wissen, was frau tagtäglich brauche. Also machte sie sich gleich selbst ans Werk und versah ihr schlichtes Exemplar mit vielen verschiedenen Fächern. Seither gibt es kein dämliches Wühlen in Handtaschen mehr. Nur noch zielsichere Griffe.

Zum Wein kam Su Hua Newton durch ihren Mann, Peter Newton, den man als stillen, aber brillanten Weinexperten kennt. Der Engländer besass im Napa Valley den «Sterling Vineyard».



■ Ex-Model und Winzerin mit zwei Dokortiteln. Su Hua Newton gibt sich nicht mit dem Produzieren von erstklassigem Wein zufrieden. Sie unterstützt mit einem Charity-Wein bedürftige amerikanische Kinder. Foto: zvg

Die Newtons verkauften den Weinberg 1977 an Coca-Cola und hielten Ausschau nach neuem Land, um besseren Wein zu produzieren. Sie fanden 60 Hektaren davon in steiler Lage im westlichen Napa Valley.

Frankreich gilt bei den Newtons als Messlatte

Die Rebstöcke der Sorten Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc und Petit Verdot bearbeiten die Newtons in dieser Steillage manuell. Und ohne Chemie. Auch im Keller setzt Su Hua Newton auf Qualität und keltert die Weine unfiltriert – eine Methode, die dem Wein mehr Dichte verleiht, aber schon zuvor eine sehr saubere Arbeitsweise voraussetzt. Im Burgund und Bordeaux ist der unfiltrierte Wein eine absolute Selbstverständlichkeit – nicht so in Kalifornien. Hier steht dies als Qualitätslabel auf den Etiketten. Frankreich gilt bei den Newtons – auch bezüglich des Klärens mit natürlichem Eiweiss – als Messlatte. Mit zwei französischen Önologen und zwei französischen Kellermeistern ist das traditionelle Weinland auch personell sehr gut vertreten auf der Winery, wo jährlich

rund 240 000 Flaschen Wein produziert werden.

Die Newton-Weine – sie sind in der Schweiz bei Mövenpick erhältlich – werden auch vom Weinexperten Robert M. Parker sehr gut bewertet und gelten in Kalifornien als Inbegriff hoch stehenden Weines. Su Hua Newtons Handschrift erkennt man an der sehr ausgeprägten sortentypischen Frucht,

ohne dass sie auf Kosten des Körpersinge.

Nach Perfektion strebt die Chinesin weiterhin. Aber alleine das scheint sie nicht mehr auszufüllen. Also hat sie kürzlich als zweite Schiene einen «Charity-Wein» lanciert, dies zusammen mit den Weinproduzenten Robert Mondavi, Beringer, Hall und Lancaster. «Wein ist da zum Teilen, um sich gut zu fühlen,

also ideal für Charity», meint sie. Gestartet wurde mit dem 2001-Jahrgang. Die Weinkellereien steuerten je ein Barrel Wein (Cabernet Sauvignon) bei, Newton zur Abrundung des Weines zwei Barrels, Petit Verdot und Merlot.

Wein für die Ausbildung amerikanischer Kinder

«Brother Timothy's Signature Series», wie der Wein heisst, sei ein «komplexer Wein in Superqualität, wirklich sehr aufregend und exotisch», schwärmt Su Hua Newton. Der Erlös aus den 1800 Flaschen (100 Dollar pro Flasche) kommt zu 100 Prozent benachteiligten amerikanischen Kindern zugute, indem diesen Bildung ermöglicht wird. Wenn der Wein in der Presse und beim Publikum gut ankomme, werde man das Projekt auf Entwicklungsländer ausweiten. Newton stellt fest: «Die Amerikaner können sehr geizig sein, aber auch sehr grosszügig.» Natürlich hofft sie auf Letzteres, denn selbst in Amerika sei Handlungsbedarf. «Das Gefälle zwischen Arm und Reich ist gross. Armut entsteht zunehmend auch durch die Zerrüttung von Familien. Allein erziehende Mütter sind oft chancenlos, ihren Kindern eine gute Zukunft zu bieten.»

Mit diesem Projekt, das Su Hua Newton auch in Zusammenarbeit mit dem 1880 gegründeten katholischen Orden «Christian Brothers» realisiert, führt sie eine vom Ordensbruder Timothy eingeführte Tradition weiter. Der kürzlich Verstorbene machte auf der «Christian Brothers Winery» Wein und liess den Erlös ebenfalls benachteiligten amerikanischen Kindern zukommen. «Ich bewundere Bruder Timothy», sagt Su Hua Newton, die nun in seine Fussstapfen tritt.

«Charity-Wein» – hier zu Lande ein etwas problematisches Thema

■ In Europa versuchen immer mehr Unternehmen die in Amerika verbreitete «Charity-Kultur» zu adaptieren. Dabei wird die Wohltätigkeitsleistung zunehmend an das Produkt gekoppelt. In Deutschland sind mit «Volvic» von Danone, «Kinderschokolade» von Ritter Sport, Krombacher-Bier und Kellogg's Cornflakes Produkte auf dem Markt, bei denen ein Teil des Erlöses für Wohltätigkeitszwecke eingesetzt wird. Bislang unangetastet blieben Luxusartikel und Genussmittel wie Wein. Ein Tabubereich? Bei Max Havelaar gibt es erst in Grossbritannien einen Fair-Trade-Wein. Ethisch-moralische Bedenken seien kei-

ne im Spiel, sagt Pressesprecherin Regula Weber von Max Havelaar Schweiz. Man sei vorerst mit der Lancierung anderer Produkte beschäftigt. Gemäss Anwerbe stehen auch die beiden Hilfswerke Unicef und Terre des hommes einer Kooperation mit Weinproduzenten und -händlern grundsätzlich offen gegenüber – eine solche gibt es allerdings noch nicht. Das zwischen Genuss- und Suchtmittel stehende Produkt bedürfe im konkreten Fall einer sorgfältigen Abklärung und Partnersuche. Die amerikanische Wohltätigkeitskultur ist bei uns neu und noch unetabliert. «Es ist stossend und gehört nicht zusammen», meint ein

Schweizer Weinhändler, der nicht namentlich genannt sein will und auch bezüglich Qualität und der Eignung Vorbehalte hat. Eine Meinung, die fast alle befragten Weinhändler vertreten. Doch im Kleinen und vom Produzenten ausgehend kann es funktionieren. Eine Art «Charity-Wein» keltern mit «Quattro mani» die vier Tessiner Winzer Brivio, Gialdi, Delea und Tamborini. Vom Gemeinschaftswein werden seit 2000 jährlich 10 000 Flaschen produziert. Pro Flasche werden 2 Franken für einen wohltätigen Zweck eingesetzt. Der Wein ist derzeit ausverkauft, im November kommt der 2003er in den Verkauf. FR

Adresse: Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern | Redaktion: Telefon: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Verlag: Telefon: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

«MUT ZUR WEICHENSTELLUNG»

Round-Table unter der Leitung von Prof. Dr. Hansruedi Müller, FIF der Universität Bern mit: Oskar Laubi, André Witschi, Jana Caniga, Joachim Hunold



Dienstag, 25.10.05, 14.00 Uhr
Raffles Le Montreux Palace

WWW.HOTELTRAVELSUMMIT.CH

Sagen Ihre Gäste auch immer öfter Cabernee?



Immer mehr Schweizer entdecken immer mehr Schweizer Weine.

NICHT EINFACH NUR TRINKEN, SONDERN MIT MASS GENIESSEN.

Franchising

Schulers «WeinWirtschaft» expandiert

■ Als Franchise-Nehmerin betreibt die Gastro Profil AG beim Basler St. Jakobstadion die vierte «WeinWirtschaft», die zweite am Rheinknie. 2001 übergab die Schuler St. Jakobs Kellerei in Schwyz ihr Konzept der «WeinWirtschaft» an die Firma aus Altendorf.

Franca von Scarpatetti

Von einer «Gaststätte zu St. Jakob» ist in den historischen Quellen erstmals im Jahr 1526 die Rede. Seit 1886 ist das

stättliche Haus im Besitz der Christoph Merian Stiftung und wurde vor vier Jahren das letzte Mal renoviert. Neue Pächterin ist seither die Gastro Profil AG. Die Franchise-Nehmerin verspricht sich vom guten Namen der Weinkellerei Schuler und deren Qualitätsprodukten eine erfolgreiche Umsetzung des «WeinWirtschaft»-Konzepts. Bei der Auswahl eines neuen Lokals entscheiden jeweils beide beteiligten Firmen gemeinsam.

In den Gaststuben warten insgesamt 20 Flaschenweine aus Italien, Spanien, Frankreich, Südafrika, Chile und Neuseeland, die man glasweise bestellen kann, sowie 80 Flaschenwei-

ne, ausgewählt von Jakob Schuler, dem Inhaber der Schuler St. Jakobs Kellerei. Dazu werden Häppchen von der kalten Platte und je etwa zehn Fleisch- und Fischgerichte angeboten.

«Die Idee, eine «WeinWirtschaft» zu eröffnen, konnte ich 1998 in Luzern erstmals umsetzen, als wir die Verkaufsfläche unseres damaligen Weinladens vergrösserten», blickt Jakob Schuler zurück. Er erfüllte sich damit seinen Wunsch, den Wein von der Rebe bis ins Glas zu begleiten.

Jeder Betrieb hat seine eigene Kultur

Ein spezielles kulinarisches Erlebnis erwartet die Gäste beim Degustationsmenü «Castello di Meleto». Es ist nach dem eigenen Weingut des Unternehmens Schuler in der Toskana benannt. Bei diesem Menü werden ein Weiss-, zwei Rot- und ein Süsswein angeboten. Die Weine werden zwischen den einzelnen Gängen in kleinen Problemengängen à 5 oder 10 Zentiliter serviert.

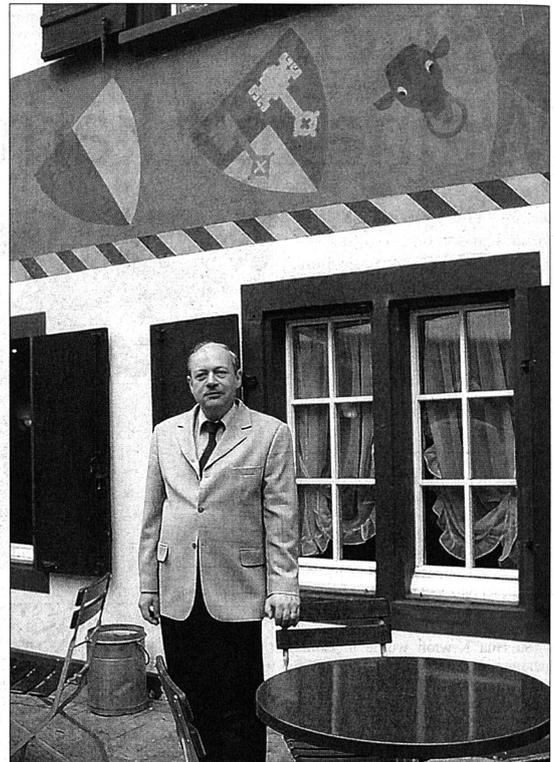
Bei der Gestaltung des Speiseplans behält der jeweilige Wirt viel Freiheit. «Es wäre unklug, einem Wirtshaus ein völlig fremdes Konzept aufzuzwingen und so möglicherweise wichtige Stammkunden zu verlieren», erklärt Jakob Schuler. So wird Altes mit Neuem kombiniert, die Kultur des Weintrinkens in jedem Betrieb auf eigene Art und Weise zelebriert. Eine Ausnahme ist das erwähnte Degustationsmenü, das auf der Speisekarte jeder «WeinWirtschaft» zu finden ist.

Während im Wein-Angebot ausschließlich Flaschen der Kellerei Schuler stehen, wird bei Lebensmitteln und Gemüse auf eine Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben Wert gelegt. Fleisch- und Fischprodukte werden lokal oder von Spezialisten bezogen.

Geschäfte ohne Saisonabhängigkeit

Der integrierte Weinladen ist ein fester Bestandteil des «WeinWirtschaft»-Konzepts. In einem kleinen Laden neben dem Restaurant, wie in Luzern, oder direkt im Lokal haben die Gäste die Möglichkeit, einen edlen Tropfen einzukaufen und ihn gegen einen Zapfengeld-Zuschlag von 20 Franken gleich an Ort und Stelle zu geniessen. «Bei einem teuren Wein lohnt sich dies, zudem verfolgen wir konsequent eine transparente Preispolitik», so Schuler. 60 bis 80 verschiedene Weine werden in jeder «WeinWirtschaft» zu einheitlichen Ladenpreisen angeboten.

Zwar sind alle Gaststätten nach Schuler-Standard eingerichtet, trotzdem wird aber auf Cachet und Profil des jeweiligen Hauses Rücksicht genommen. In gestapelten Holzkiten



■ Franchising funktioniert. Norbert Brunschweiler hat mit dem Gasthaus St. Jakob in Basel die vierte «WeinWirtschaft» eröffnet. Foto: Franca von Scarpatetti

präsentiert, gehört der Wein zum Interieur. Die Idee scheint der Kundschaft zu gefallen. Rund ein Viertel des Gesamtumsatzes entfällt in den bisherigen drei Betrieben auf den Laden.

Die «WeinWirtschaften» verzeichnen einen Jahresumsatz zwischen einer und anderthalb Millionen Franken. «Spartengastronomie ist heute so aktuell wie noch nie», meint Norbert Brunschweiler, Inhaber der Gastro Profil AG in Altendorf, dazu. Seine Firma suche nach Ganzjahresgeschäften und nicht nach saisonabhängigen Betrieben. «Im Winter setzen sich die Kunden gerne in eine gemütliche Stube, doch wir möchten auch im Sommer attraktiv sein», erklärt Brunschweiler. So ist auch ein Gartensitzplatz oder zumindest eine kleine Terrasse fester Bestandteil einer «WeinWirtschaft».

Expansion – aber nicht in die Romandie

Dass pittoreske Standplätze nicht unbedingt nur Vorteile haben, musste

das Unternehmen Schuler Mitte August dieses Jahres in Luzern feststellen. Dort wurde die älteste «WeinWirtschaft» mit dem schönen Namen «La bonne cave» vom Hochwasser schwer getroffen.

Obwohl die Schuler Weinkellerei auch Kundschaft in der französischen Schweiz beliefert, ist die Romandie kein zukünftiger Standort weiterer «WeinWirtschaften». «Aktuell sind wir in Zürich und Bern auf der Suche nach neuen Lokalitäten», erklärt Norbert Brunschweiler. Der Rennweg oder der Limmatquai in der Zürcher Innenstadt wären ideale Plätze zu weiteren Expansion, vorausgesetzt, die Miete sei nicht zu hoch. Schliesslich sind einheitliche Kartenpreise bei Schuler ein Grundprinzip.

«In den nächsten paar Jahren könnten durchaus bis zu zehn weitere «WeinWirtschaften» entstehen», blickt Jakob Schuler in die Zukunft, «doch dann ist Schluss.» Jeder Betrieb sei einzigartig und seine Idee sei nie gewesen, eine Restaurant-Kette zu eröffnen.

Gutbürgerlich-mediterrane «WeinWirtschaft» beim Basler «Joggeli»

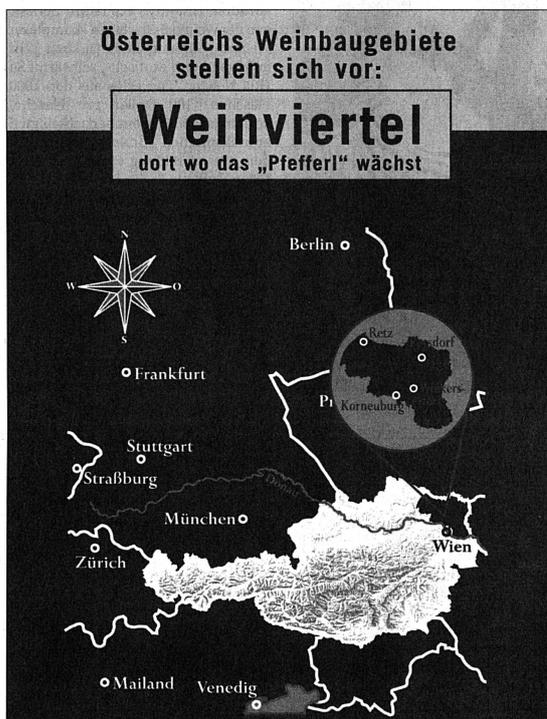
■ Seit dem 3. Oktober 2005 ist die neue «WeinWirtschaft St. Jakob» sieben Tage die Woche geöffnet. Das weiss getünchte Gasthaus St. Jakob steht umgeben von alten Kastanienbäumen neben der verkehrsreichen St. Jakobskreuzung in Basel. Hohe Mauern begrenzen den Garten und dämpfen den Strassenlärm. Vom zweiten Standort in Basel nach dem Lokal «Zum vierten König» erhofft man sich bei Schuler vor allem eine gute Mittagskundschaft. Mit sechs verschiedenen Mittagsmenus ab Fr. 15.50, Wein exklusiv, möchte man die Kunden aus den umliegenden Firmen ansprechen.

Im Gegensatz zu den anderen «WeinWirtschaften» liegt das St. Jakob-Haus weder an einer Fussgängerstrasse noch an einer Uferpromenade wie etwa in Luzern an der Reuss oder in Basel am Rhein.

Die Gäste sind damit auf das Auto oder den öffentlichen Verkehr angewiesen, was angesichts der 0,5-Promille-Grenze für einen Betrieb, der hauptsächlich Wein ausschütet, nicht unproblematisch ist. Doch davon lässt sich das Haus Schuler nicht abschrecken. «Bei unserem Degustationsmenü trinkt ein Gast exakt 2,5 Deziliter Wein, was in Kombination mit einer Mahlzeit normalerweise die erlaubte Promille-Grenze nicht überschreitet», erklärt Schuler. Auch mit dem Tram sei das Lokal gut zu erreichen. Das Wirtshaus St. Jakob habe durch seine Schönheit und sein überzeugendes Interieur einen zweiten Standort in Basel nahezu provoziert, obwohl der Fokus für neue «WeinWirtschaften» sonst eher auf die Zürcher oder Berner Innenstadt gerichtet sei.

Die Gastro Profil AG möchte mit der «WeinWirtschaft» an den ehemaligen Betrieb von Bettina Bont und Cécile Eggenberger-Bont anknüpfen. Die bisherige Köchin Bettina Bont wird mit einem neuen Team die Gäste betreuen. «In Basel kann man, anders als zum Beispiel in Zürich, nicht einfach mit einer völlig fremden Idee einfahren», meint Norbert Brunschweiler, Inhaber der Gastro Profil AG. Sonst ergehe es einem wie Mövenpick, der am Basler Marktplatz schmerzlich hatte feststellen müssen, dass die Basler Kundschaft traditionelle Gerichte den exotischen vorzieht. Die neue WeinWirtschaft unter der Leitung von Henning Friedrichs beschäftigt acht Angestellte. Der Garten bietet über 100 Gästen Platz, in den vier Sälen kann für maximal 140 Personen gedeckt werden. FVS

Anzeige



Der gebietstypische Grüne Veltliner in seinem erstaunlich breiten Spektrum – vom schwungvollen „Leichtgewicht“ bis zum lagerfähigen „Kraftlacker“, immer von einem charakteristischen „Pfeffer!“ begleitet – prägt das Bild des grössten Weinbaugebietes Österreichs im Nordosten des Landes. Die Hauptsorte wird aber von einer beeindruckenden Weinvielfalt ergänzt: vom feinen Welschriesling über kernige Weissburgunder bis zu authentischen Rotweinen, vom Sektgrundwein aus Pöysdorf bis zu Prädikatsweinen an der March. Von Retz im Nordwesten bis Wolkersdorf vor den Toren Wiens entfaltet sich ein weites Land mit unberührt scheinenden Landstrichen, romantischen Kellergassen und zahlreichen weinkulinarischen Zielen. Die Dynamik des Weinviertels zeigt sich auch darin, dass es das erste Weinbaugebiet Österreichs ist, das einen gebietstypischen Herkunftsw Wein mit klarem Geschmacksprofil auf den Markt gebracht hat: den „WEINVIERTEL DAC“.



www.weinausosterreich.at

Online-Gastro-Guides

Nur echter Nutzen bringt viele Hits

Das Angebot an Online-Gastroguides ist gross. Beim Buhlen um die Gunst der Wirt bieten viele Guides Plattformen mit allen Schikanes an. Internetspezialist Thomas Bircher plädiert für Einfachheit und Übersichtlichkeit. Denn der Surfer hat nicht viel Zeit.

Franziska Richard

In den letzten Jahren sind Online-Restaurantguides wie Pilze aus dem Boden geschossen. Manch umtriebiger Computerfreak und Marketingexperte witterte darin ein gutes Geschäft, was so erstaunlich nicht ist: Gemäss einer Studie ist «Restaurant» neben «Hotel» und «Reiseführer» der in den Suchmaschinen meist eingegebene Begriff. Nicht nur die Preise für einen Betriebs-Eintrag variieren bei den Führern im Internet, auch die Leistungen (siehe Tabelle). Schwarze Schafe begnügen sich mit dem Kopieren von Telefonbucheinträgen, während andere für relativ wenig Geld ihren Kunden attraktive Kommunikationsplattformen bieten. Am preiswertesten oder sogar gratis kommen Wirte zu einem Eintrag auf Verbandseiten.

Wichtigstes Kriterium ist die Besucherfrequenz

Als wichtigstes und messbares Kriterium gilt die Besucherfrequenz. Sie gibt nicht nur über die Akzeptanz eines Guides Aufschluss, sondern oftmals auch über die unternommenen Anstrengungen. Es ist kein Zufall, dass die Portale mit hohen Besucherfrequenzen meistens auch bei den gängigen Suchmaschinen weit vorne platziert sind, was für die Wirksamkeit eines Guides entscheidend ist. Aufschluss über die Relevanz eines On-

line-Guides gibt in gewisser Weise die Zahl der aufgenommenen Betriebe. Doch diese ist auch mit Vorsicht zu geniessen. Denn gewisse Portale kaufen Restaurantadressen auf, um sich mehr Relevanz zu verschaffen. Bei diesen rudimentären Angaben bleibt es meist, womit der Nutzen für den Benutzer gering bleibt. Details werden erst publiziert, wenn sich das Restaurant registrieren lässt.

Entscheidend für die Popularität eines Guides ist neben der Qualität der Informationen auch der Grad der Vollständigkeit innerhalb einer Region. In diesem Sinne hat der Wirtverband Basel-Stadt mit www.restaurant-express.ch einen Online-Guide lanciert, der innerhalb einer Region das beste verfügbare Restaurantverzeichnis aufführt. Mit 800 Besuchern pro Tag kann sich die regionale Seite durchaus mit nationalen messen (siehe Tabelle). Die Wahrscheinlichkeit von Datenleichen, die der Glaubwürdigkeit eines Online-Guides schaden, ist bei lokal betreuten Seiten tendenziell kleiner.

Löscht ab: zu viele Kriterien, zu viele Zusatzleistungen

Ganz allgemein ist es ratsam, sich vor den Bildschirm zu setzen und einen Guide aus der Sicht des Anwenders auf seine Benutzerfreundlichkeit zu prüfen. Grosse Bedeutung misst Internetspezialist Thomas Bircher aus Basel den Aspekten Zeit und Übersichtlichkeit bei. Bircher ist Mitinhaber des Grafikbüros Claudia Basel, das sich mit der Realisierung von Internetseiten einen Namen gemacht hat. «Neben dem erfolgreichen Suchresultat ist der Faktor Zeit das wichtigste Kriterium», meint Bircher. Es sei entscheidend, dass der User innert kürzester Zeit seine Informationen finde. Bircher hält nichts von allzu vielen Suchkriterien, die viele Guides geradezu exzessiv pflegen. «Es wirkt ab-



■ Buhlen um die Gunst der Surfer. Der Internet-Guide GastroTipp.ch zählt am meisten Besucher pro Tag. Förderlich sind ein guter User-Nutzen, attraktive Zusatzleistungen und ein ansprechendes Layout. Screenshot: htr

schreckend, wenn ein Benutzer als Erstes eine ganze Browserseite voller Eingabefelder und Auswahllisten sieht. Im Idealfall erreicht er mit weniger ausgewählten Kriterien sein Ziel.» Sinnvoll sei die Aufteilung in eine schnelle und eine erweiterte Suche. Kein zu unterschätzender Aspekt ist für Bircher das Layout. Hier vermisst er allgemein eine dem Thema Essen und Trinken angepasste Gestaltung. Um Restaurants für einen Eintrag zu gewinnen, suchen die unter grossen

Konkurrenzkampf stehenden Guides nach immer neuen Zusatzleistungen: zum Beispiel die Möglichkeit, das Tagesangebot zu publizieren oder E-Marketing betreiben zu können.

Beurteilung durch die Gäste ist wenig gefragt

Generell meint Internetspezialist Bircher: «Zusatzleistungen sollten das Hauptangebot nicht konkurrieren. Je besser das eigene Angebot, desto weni-

ger Drumherum ist nötig.» Eine grundsätzliche Entscheidung für den Restaurateur ist, ob er sich von seinen Gästen beurteilen lassen will. Mit Ausnahme von www.findanddine.ch (optional) und www.foodguide.ch verzichten alle in der Tabelle aufgeführten Guides auf das Gästerteil. Es birgt einige Probleme und Konflikte, wie mangelnde Repräsentation, Missbrauch und Konflikte mit den eigenen Inserenten. Letztere geht www.foodguide.ch insofern aus dem Weg, als dass sich der Guide konzipiert zeigt, wenn seine Kunden um die Löschung einer schlechten Kritik bitten.

Das bieten Schweizer Restaurant-Guides im Internet dem Wirt

Internet-Adresse Unternehmen	Abdeckung	Besteht seit	Anzahl Besucher pro Tag	Kann selbst aktualisiert werden	Tagesangebot kann publiziert werden	Bewertung Möglichkeiten der Vermarktung	Bewertung durch Gäste	Sonstige Dienstleistungen/ Spezielles	Gebühren pro Jahr
www.basel-restaurants.ch (Wirtverband Basel-Stadt)	Basel und Umgeb. inkl. benachbartes Ausland: 700 Betriebe	1999	800	Nein	Nein	Sachliche Informationen in Stichworten und Piktogrammen. Redigiertes Selbstporträt.	Nein	Redaktionelle Überwachung durch lokalen Wirtverband. Content-Provider für Online-Guides von Basel Tourismus und My Basel.	Ersteintrag ist kostenlos. Danach Fr. 90.–, Mitglieder Fr. 60.–
www.culinarium.ch www.restaurantsuche.ch www.restaurantinfo.ch	Kantone Bern, Aargau, Luzern, Solothurn: 4900 Betriebe	1997	540	Ja, auf Wunsch auch durch das Portal	Ja	Basisinformationen in Stichworten. Freie Gestaltung (inhaltlich/formell) der übrigen Seiten durch den Restaurateur.	Nein	Mit Wettbewerben, Umfragen, offenen Stellen, Stellengesuchen, Inseratepool, Forum und E-Marketing (Versenden von Newsletters). Link zur eigenen Homepage und von eigener Homepage auf Publikationsseiten.	Variante A: Fr. 276.– Variante B mit Publikationsseiten+ E-Mail-Marketing: Fr. 348.–
www.findanddine.ch (Kaegi Production, Spreitenbach)	Stadt und Kanton Zürich	2004	700	Ja	Ja	Basisdaten in Stichworten. Werbendes Selbstporträt durch den Restaurateur.	Optional	Speisekarten-Manager Web-Hosting, alles inklusive	Fr. 960.– (1. Jahr Fr. 480.–)
www.gourmetfacts.ch (Media Facts GmbH, Zürich)	Ganze Schweiz: total 33 000 Adressen, davon 600 registriert mit Porträt	2003	800-950	Ja	Ja	Basisdaten in Stichworten. Redigiertes Selbstporträt des Restaurants.	Nein	Zugang zu persönlicher Statistik. Abfrage auch über Mobile geplant. E-Marketing, Ausschreibung Betrieb des Monats mit Wettbewerb.	Gratistesteintrag für einen Monat; Jahresbeitrag Fr. 299.– (inkl. Mobileabfrage)
www.foodguide.ch (Puzzle ITC GmbH, Bern)	Ganze Schweiz: 16 320 Betriebe, davon 4900 aktive	2001	1000	Ja	Ja	Basisinformationen in Stichworten. Kommentar des Restaurants.	Ja (Essen, Bedienung, Einrichtung, Preisangabe)	Lage der Restaurants kann auf einer Karte dargestellt werden.	Fr. 90.– für Link, Fr. 90.– für 3 Fotos, Fr. 150.– für 3 Fotos und Link.
www.gastroguide.ch (cybell.ch, Bäch)	Ganze Schweiz	1997	k. A.	Ja	Ja	Nur getestete Lokale (Gault Millau, Michelin oder guide.bleu); Bewertung von guide.bleu.	Nein	Mit Informationen zu Wein, Zigarren, Ausbildung, CH-Produktion, Gastro-miedien, Lexika usw.	Fr. 230.–
www.gastroplanet.ch (take it Service AG, Zürich)	400 aktive Betriebe in den Kantonen Zürich, Aargau, Thurgau, St. Gallen, Schaffhausen	2003	900-1000	Ja, auch als Service Innert 24 Stunden	Ja	Basisinformationen in Stichworten. Mit Werbeplattform.	Nein	Alle Restaurants/Hotels werden fortlaufend auf der Startseite vorgestellt.	Fr. 450.– bis Fr. 490.–
www.gastroTipp.ch (Fosca AG, Aadorf)	Ganze Schweiz, 2200 registrierte Betriebe, 33 000 Adressen	2001	3800-4500	Teilbereiche	Ja	Basisdaten in Stichworten. Werbendes Selbstporträt durch das Restaurant.	Nur als Empfehlung	Integrierte WebCams/ Wetterinformation, Stellenbrö, Rezepte, Events auf der Einstiegsseite.	Fr. 80.– bis Fr. 600.–
www.gastroSurf.ch (GastroBern)	Kanton Bern (ca. 1500 Betriebe). Ab 7.12.05 rund 3000 Betriebe in den Kt. Bern, Luzern, Freiburg	2001	2750	Ja, Aktualisierung ohne Kostenfolge auch durch den Verband	Ja	Basisdaten in Stichworten.	Nein	SMS-Service zum Abrufen von Menus/Tagesspezialitäten An Ruhetagen erscheint auf dem Handy auch die Schliessungsinformation.	Kostenlos und ausserhalb der Mitgliedschaft von GastroBern, GastroLuzern und GastroFribourg

Alle Anbieter publizieren Fotos der Restaurants und bieten eine Verlinkung mit der eigenen Homepage an.

Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

PUBLIREPORTAGE

Weltweit führende Position

Die Hotelfachschule Lausanne verstärkt ihre Position als weltweite Spitzenschule in der Kaderausbildung in Hotellerie und Gastgewerbe.

Die lange Geschichte der Ecole hôtelière de Lausanne hatte verschiedene Abschnitte. Anfangs galt sie als Vorbild für den Berufsunterricht, den sie eingeführt und stetig weiterentwickelt hat. Dank ihrem Erfolg in dieser ersten Phase steht Lausanne weltweit im Ruf, die Standards und das Know-how in Hotellerie und Gastgewerbe begründet zu haben. Ihr Ausbildungsmodell wurde auf der ganzen Welt mehrfach kopiert, und es entwickelte sich allmählich eine starke Konkurrenz. Um sich dieser Konkurrenz zu stellen, sah sich die Hotelfachschule in einer späteren Phase gezwungen, ihre Position als hoch angesehene Ausbildungsstätte zu verteidigen und auszubauen.

In der Zwischenzeit entwickelte sich die Hotelbranche zu einer richtigen Industrie. Die in grosse Universitäten integrierten Hotelfachschulen entstanden beinahe zeitgleich mit der Konsolidierung der Industrie auf dem nordamerikanischen Kontinent.

Von der Kunst des Empfangs zur Kunst des Managements

Die Spielregeln veränderten sich dann drastisch: Während es früher nur darum ging, den Menschen gewissermassen das Gefühl zu geben, «zu Hause zu sein», kam jetzt das wissenschaftliche Management auf, und hierfür waren mehr Fachwissen und die Arbeit mit Denkmodellen erforderlich. Und wieder gelang es der EHL, sich dieser geänderten Situation zu stellen – erstens durch ihr Engagement, die rasche Umwandlung in eine Art Berufsuniversität durchzuführen, die gleichzeitig sowohl einer schweizerischen Fachhochschule als auch einem Anbieter des angelsächsischen «Bachelor of Science» entspricht.

Die EHL hat zwar grossen Erfolg in der Berufsausbildung selber, sie will jedoch auch den Bereich der Fortbildung der bereits im Beruf Aktiven keinesfalls vernachlässigen. So hatten im Verlauf der letzten 25 Jahre die so genannten «Executive Courses», also das Unterrichtsangebot, das sich an Kader rich-



tet, mit einem Programm grossen Erfolg, das von Lausanne Hospitality Consulting (LHC), der EHL-internen Management-Beratungs-Firma, ständig ausgebaut und verbessert wird. Für ehrgeizige junge Manager, die bereits ein Studium absolviert haben, bietet die EHL auch das «Master of Hospitality Administration» an.

Von der «vieille dame» zur «dame de fer»

Im Laufe des letzten Jahrzehnts war das Einzige, was sich an der EHL nicht veränderte ..., die stetige Veränderung selbst. Durch grosse Investitionen und das unermüdete Engagement ihrer Mitarbeiter ist die Hotelfachschule Lausanne heute eine echte Fachhochschule der Hotellerie geworden, die über drei Studienprogramme, ein Zentrum für angewandte Forschung (Lausanne Hospitality Research – LHR) und EHLITE (EHL Institute for Technology and Entrepreneurship), gewissermassen eine «Keimzelle» für neue Unternehmen, verfügt. Die tief greifenden Veränderungen der Vergangenheit haben die EHL letzten Endes gestärkt, und sie ist mehr denn je in der Lage, sich den neuen Herausforderungen zu stellen.

Starker Lehrkörper und eine hervorragende USP

Mit ihrer renommierten Fakultät, an der diplomierte Fachkräfte und Professoren

tätig sind, die ihre Ausbildung an einigen der besten Universitäten der Welt erhalten haben, leistet die EHL jeden Tag einen wichtigen Beitrag zu Veränderung und Verbesserung von Unterricht und Forschung in der Hotellerie und im Gastgewerbe.

Vor drei Jahren begann dann unter Ruud J. Reuland, dem Generaldirektor, wieder eine neue Phase – das Prinzip lautete «Vom Lehren zum Lernen». Dieser ständige Prozess verfolgt das Ziel, aus der EHL eine Plattform für Lernprozesse und Austausch zwischen den Studenten, den Lehrkräften und der Industrie zu machen.

Sowohl der Inhalt der drei Studienprogramme als auch ihre Lehrpläne werden regelmässig überprüft und verbessert, um sie einerseits noch konkurrenzfähiger zu machen und sicher zu sein, dass sie die Bedürfnisse des betrieblichen Managements mit denen des strategischen Managements harmonisch verbinden. Hat die EHL heute ein einzigartiges Verkaufsversprechen (eine «USP – unique selling proposition»), so wäre dies die Vereinigung der kreativ-künstlerischen Aspekte des Managements – die betriebliche Seite des Geschäfts – mit seinen analytisch-wissenschaftlichen Aspekten auf dem strategischen Niveau.

Die drei zentralen Werte

Es gibt drei zentrale Grundwerte, die Studenten und Absolventen der EHL auszeichnen: erstens ihr Auftreten («savoir être») und ihre Kommunikationsfähigkeiten im Umgang mit dem Gast; zweitens ihre ausgeprägte Professionalität («savoir faire») und drittens ihre Kreativität – die sich durch einen starken unternehmerischen Geist bemerkbar macht.

Aber die (vielleicht) wichtigsten Dinge, die die EHL ihren Studenten vermittelt, sind eine ausgeprägte Lernfähigkeit und der Respekt gegenüber einer gut ausgeführten Arbeit – also genau die Werte, für die die Schweiz international bekannt ist und geschätzt wird.

Eine Führungsrolle gegenüber der Industrie

Bestimmte Kreise in der Hotellerie und im Gastgewerbe sind der Meinung, dass es die

Aufgabe einer Schule ist, immer der Industrie zu folgen und die optimale Geschäftspraxis («best practices») zu unterrichten. Ihr Zweck bestünde nur darin, junge Kaderleute auszubilden, die sofort einsatzbereit sind. Trotz dieser Zielsetzung absolvieren die Abgänger lange Praktika, die den Arbeitgeber davon überzeugen sollen, dass die erlernten «best practices» auch dem Standard seines Unternehmens entsprechen. Dieser lang andauernde und eintönige Prozess demotiviert zeitweise beide Parteien; einerseits den Arbeitgeber, der feststellen muss, dass den jungen Kaderleuten die nötige Geduld fehlt und dass sie Erwartungen haben, die nicht der Realität des Arbeitsplatzes entsprechen. Auf der anderen Seite sieht man die Enttäuschung der jungen Absolventen darüber, dass man ihnen keine motivierende und verantwortungsvolle Arbeit anvertraut.

Die «best practices» stellen eine obligatorische Zwischenstufe dar, aber sie sind dennoch nicht ausreichend, denn beim Unterrichten von neuen Methoden und Managementtechniken will die EHL seinen Diplomabgängern und der Industrie neue Horizonte eröffnen. In aller Bescheidenheit begnügt sich die EHL nicht mehr darin, der Industrie zu folgen. Sie hat den Ehrgeiz, Pionierarbeit zu leisten. In dieser neuen Wertekette ist die Rolle des Studenten nicht mehr diejenige des Kunden, sondern eher diejenige eines Markenartikels, der zum marktgerechten Preis erworben wird, und zwar von den richtigen Kunden der Schule. Dank dem Können des EHL-Absolventen ist beides möglich.

Wer imstande ist, solche «Produkte» zu schaffen, übernimmt eine wichtige Führungsposition, und wir hoffen, dass die EHL diese Führungsposition heute wahrnehmen kann. Mit mehr als 1400 Studenten aus über 80 Ländern und mit ihren 300 Mitarbeitern ist die EHL der Name in Hotellerie und Gastgewerbe. Ihre Diplomabgänger – der Stolz der Schule – besetzen in verschiedenen Kontinenten Positionen im Topmanagement, und sie bestimmen die Zukunft der Hotelindustrie.

Dr. Ray F. Iunius, Stv. General Direktor



Tiefkühl-Pasta mit Sauce

Erfolgsstory für die Coop-Restaurants

■ Typische Trockenteigwaren sollen nun als fertiges Tiefkühlprodukt die Gastro-Küchen erobern: Sowohl Barilla als auch Hilcona bieten ein entsprechendes Programm aus Pasta und Sauce. Besonders Erfolg hat man mit Barilla-Pasta-Stationen in den Coop-Restaurants.

Gudrun Schlenzcek

Die Nummer eins im Schweizer Trockenteigwarenmarkt verführt die hiesigen Gastronomen neu mit einem Tiefkühlsortiment. Den Schritt zur frischen, italienischen Tiefkühl-Pasta mit den passenden Saucen vollzog Barilla nicht nur, um dem Trend in der Gastronomie zu mehr Convenience gerecht zu werden. «Die konstant hohe Qualität des Endprodukts auf dem Teller und die schnelle Zubereitung ist die Hauptmotivation», erklärt Christoph Birchler, Key-Account-Manager Foodservice bei der Barilla S.A. in Bar.

Denn mit zunehmender Entfernung vom Stammland der Mutterfirma nehme die Kompetenz für das Zubereiten einer guten italienischen Pasta ab. «Mit dem Convenience-Produkt haben wir alle Qualitätsprobleme gelöst: Der Salzgehalt stimmt und die Pasta ist garantiert al dente.» Qualität steht für die Firma aus Parma an erster Stelle. Deshalb enthalten die Eierteigwaren von Barilla nicht wie marktüblich nur drei Eier pro Kilo, sondern mit 6,5 mehr als doppelt so viel.

Separate Module verkaufen die Barilla-Pasta am besten

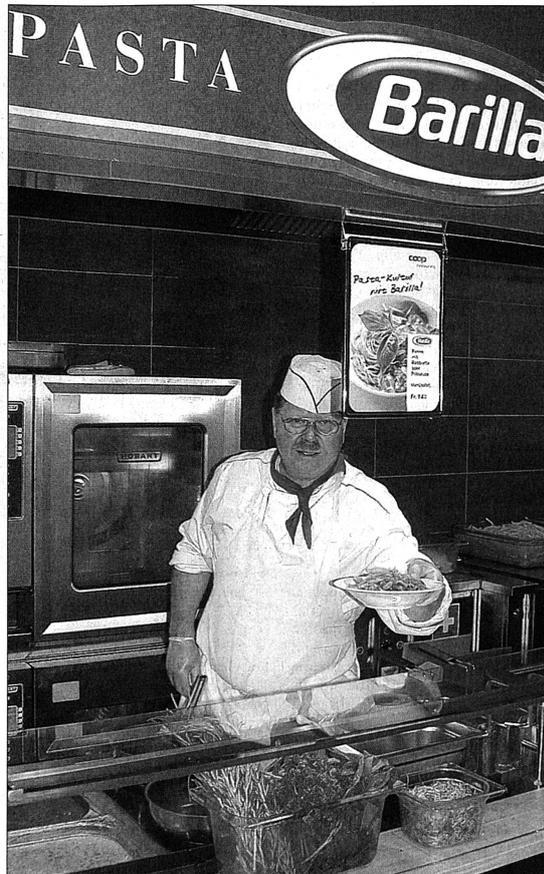
In Deutschland offeriert man der Individualgastronomie bereits seit Anfang

Jahr die Tiefkühl-Ränge, bestehend aus zwölf Teigwaren und neun Saucen. In der Schweiz wird man ab Ende Monat liefern. Bekannt wurde die Tiefkühllinie des italienischen Pasta-Herstellers in Deutschland aber über die Autobahnraststätten «Tank&Rast»: Das Barilla-Pasta-Modul im Free-Flow sollte dem angeschlagenen Raststätten-Systemer zu einem besseren Qualitäts-Image verhelfen. Die Zusammenarbeit mit Tank&Rast begann Ende 2003 mit 14 Raststätten. Inzwischen führen 140 Betriebe Pastastationen. Barilla-Pasta-Module findet man seit diesem Jahr auch in der Schweizer Handelsgastronomie. Zehn Coop-Restaurants betreiben inzwischen in ihren Free-Flows speziell ausgerüstete Pastastationen, die mit der Marke des italienischen Teigwarenherstellers werben.

«Es braucht keinen zusätzlichen Personalaufwand»

«Pastastationen werden in Neubetrieben eingepflanzt», so Wolfgang Langer, zuständig für Controlling und Kommunikation bei der Coop-Gastronomie. Denn mit dem Teigwarenkonzept hat man bei Coop Erfolg: In Restaurants mit eigenständiger Barilla-Pastastation liegt der Anteil dieser am Umsatz der warmen Küche bei 9 Prozent. Dort, wo das Pasta-Angebot im übrigen Sortiment integriert ist, bewegt sich der Anteil nur um 3 Prozent. Im ersten Jahr sollen 160 Tonnen Barilla-Pasta in den Coop-Restaurants verspeist werden. Das entspricht 530 000 Portionen oder einem Umsatz von ungefähr 5 Mio. Franken. Den Kunden kostet im Coop-Lokal die Portion Pasta (300 g) mit Sauce (100 g) und «Menu-Salat» Fr. 9.80.

Auch unterm Strich lohnt sich die separate Pasta-Ausgabe. Bei Barilla spricht man von einer Bruttogewinn-



■ Frontcooking fördert den Verkauf. In den Coop-Restaurants mit separaten Pastastationen macht der Teigwarenumsatz 9 Prozent der warmen Küche aus.

Steamer: An der Igeho (Halle 1.1; Stand B28) präsentiert Barilla, nebst der Pastastation von Zanussi, einen Tisch-Steamer von «Roundup», in dem die Pasta sogar in 20 Sekunden gussfertig ist. Die Sauce muss vor dem Zubereiten aufgetaut werden.

Die Pasta gibt's lose gefroren im Einkilo-Sack (Fr. 5.95 bis Fr. 7.60). In der Schweiz verkauft Barilla acht Saucen mit Kilopreisen zwischen Fr. 9.60 und 18.–. Für die Individualgastronomie empfiehlt Birchler einen Verkaufspreis zwischen 12 und 18 Franken pro Teller.

Ein ähnliches Pasta-Saucen-Programm offeriert die Schweizer Nummer eins in Sachen Frisch- und Tiefkühlteigwaren: Die Liechtensteiner Hilcona AG, deren Schwerpunkt bis anhin bei der gefüllten Pasta lag, führt ebenfalls seit diesem Jahr in ihrem Foodservice-Programm fünf neue Pasta-Beilagen, die mit sieben Saucen zu kombinieren sind. Die Pasta ist tiefgekühlt, die Saucen sind sterilisiert, ohne Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe.

Hilcona kommt mit neuem Sandwich-Programm

Als absoluten Renner bezeichnet Kommunikationsleiter Markus Weiskopf jedoch die süddeutschen «Schupfnudeln». Der lose, tiefgekühlte Risotto, der mit nur noch wenig Wasser in zehn Minuten bissfest gegart wird, hat dagegen auf dem Markt bislang nicht das erhoffte Echo gefunden. Ganz neue Wege will man im Snack-Segment begehen. Das noch unter Verschluss gehaltene System für heisse und kalte Sandwichs ist vor allem für Gemeinschaftsverpflegung und Gastro-Systemer gedacht. An der Igeho (Halle 1.1; Stand C34) soll der Schleier gelüftet werden.



■ Wie frisch gekocht. Der Pennette merkt man nicht an, dass sie aus dem Tiefkühler kommt und nur 30 Sekunden gekocht wurde. Fotos: Gudrun Schlenzcek

marge (Umsatz minus Warenkosten) für den Gastronomen von 75 bis 83 Prozent. Langer: «Die Pasta ist das margaströsste Produkt.» Denn, so Langer weiter: «Es braucht keinen zusätzlichen Personalaufwand, auch nicht bei den separaten Stationen.» Die Pasta-Module verfügen über Wasserkocher mit integriertem Timer und kosten Coop in der Anschaffung 25 000 Franken.

In der Individualgastronomie zielt man bei Barilla mit dem Produkt vor allem auf getränkkelastige Konzepte und Betriebe mit wenig Küchen-Infrastruktur ab.

«Mit der TK-Pasta-Ränge lässt sich das Angebot auf der Speisekarte, auch das vegetarische, leicht erweitern», so Birchler.

Fertiges Pastagericht iniert einer Minute

Die Saucenportion wird am besten in der Pfanne auf halber Flamme 20 Sekunden erwärmt und dann mit der vorher 30 bis 90 Sekunden im kochenden Wasser erhitzten Pasta kurz geschwenkt. Noch schneller gehts im

Hersteller-Ranking

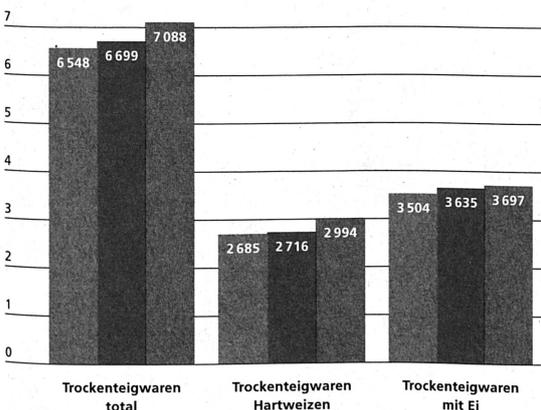
Schweizer Grossverbrauchermarkt Trockenteigwaren

Barilla	33,3%
Ernst	13,3%
Pasta del Padrone	12,1%
Trattoria	10,0%
Nestlé	5,0%
Pasta Röthlin	4,4%
Pasta Premium	3,1%
Knorr	2,3%
Handelsmarken	12,1%
andere	4,4%

Quelle: Grosspanel AG/2005

Pasta bei den Gästen immer beliebter

Schweizer Grossverbrauchermarkt Trockenteigwaren: Verbrauch in Tonnen



Anzeige

Jetzt letzte Gelegenheit für eine Präsenz 2006...

Steigende Umsätze im Gruppengeschäft – eine Präsenz im Bus-Jahrbuch ist seit 1981 der effizienteste Weg dazu. Mehr darüber unter: www.transitservice.ch

TRANSIT SERVICE

Transit Service GmbH, Oberlandstrasse 6, Pf 349, CH-3700 Spiez
www.transitservice.ch Telefon 033 654 57 27 Fax 033 654 70 40

Weiterbildung II, Tagebuch

«Uff, das ist ja wohl anstrengend»

■ «Uff, das ist ja anstrengend», schreibt Thomas Allemann, Leiter Wirtschaftspolitik bei hotellerieuisse, im Begleitbrief an die Htr. Allemann absolviert einen MBA in Salzburg und berichtet über den Studientag. Im Folgenden das Tagebuch einer Weiterbildung:

Thomas Allemann

«**Sonntag, 2. 10. 2005, die Anreise:** Bereits die Anfahrt war aus tourismuspolitischer Sicht eine Schullektion. In der Schweiz ärgern wir uns tagtäglich über die vielen kilometerlangen Baustellen. Auf der Anreise über Innsbruck nach Salzburg gab es nur eine einzige Baustelle, nämlich auf der ganzen Strecke, dafür habe ich für dieses Erlebnis noch eine Vignettengebühr von 30 Franken (für zehn Tage, versteht sich) plus eine zusätzliche Mautgebühr für den Arlbergtunnel bezahlt. Ist doch clever, oder? Der Empfang durch die Salzburg Management – University of Salzburg Business School* in der Akademie Schloss Urstein bei Salzburg, dem Studienort, war dann aber in echt österreichischer Manier sehr herzlich und das anschließende Abendessen beim Kirchenwirt in Puch (hier wohnen wir) absolut authentisch, auch wenn der Keller ein Bayer war.

Von der Angebots- zur Marktorientierung

Montag, 3. 10. 2005, 1. Tag, Modul 1: Mit «Foundations of Tourism and Leisure Theory» von Prof. Dr. Klaus Weiermair, Universität Innsbruck, welcher auch Leiter des ersten Moduls ist, ging ein erstes Feuerwerk los, und das auch gleich in Englisch. Er zeigte uns den Wandel der Tourismusindustrie von der Angebots- zur Marktorientierung (Porter's diamond model) auf. Weitere Themen waren Globalisierung, Destinations-Lebenszyklen und last but not least Qualität im Tourismus. Die Erkenntnis für mich: In einer globalisierten Welt bestimmt der Markt das Angebot und nicht die Ressourcen. Und dieser Markt untersteht einem massiven Wandel. Gefordert sind Entrepreneurship (management and leadership).

Wir sprechen auch nicht von einem Verlust der Mitte, sondern von einer zunehmenden Austauschbarkeit. Dem kann nur mit Preisführerschaft oder

Differenzierung begegnet werden. Da haben wir in der Schweiz noch viel zu lernen.

Dienstag, 4. 10. 2005, 2. Tag, Modul 1: Economics mit Prof. Dr. Walter Scherer, Universität Salzburg. Nach einem kurzen Überblick über die weltweite Entwicklung des Tourismus folgte die Erläuterung der regionalwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus am Beispiel Österreichs. Für das Jahr 2004 wird die direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus in Österreich gemäss Satellitenkonto auf rund 16,4% geschätzt. Ein Vergleich mit der Schweiz ist leider nicht möglich, da das Satellitenkonto letztmals im Jahr 1998 erhoben wurde und darin nur die direkte Wirkung enthalten ist. Arme Schweiz. Bei der allgemeinen Einführung zum Thema Economics kamen wir dann noch auf die Theorie von Konradt über die ökonomische Entwicklung industrialisierter Länder in Form von «Long Waves» zu sprechen. Nach der 4. Welle (Automobil-Massenproduktion) müssen wir uns nun den Herausforderungen der 5. Welle (ICT) stellen.

Mittwoch, 5. 10. 2005, 3. Tag, Modul 1: Am Morgen ging es weiter mit Economics und einem der bekanntesten österreichischen Ökonomen, Joseph Schumpeter. Auf ihn geht die Theorie zurück, dass Markt und Wettbewerb die Triebfedern für Innovationen sind. In einem zweiten Block ging es dann um Markt und Marktstrukturen sowie die Sicherstellung des Wettbewerbs und

Korrektur von Marktversagen. Beim Thema Preiselastizität und Marktgleichgewicht durfte natürlich auch Adam Smith's Theorie von der «unsichtbaren Hand des Marktes» nicht fehlen. Das Kapitel Marktversagen und

«externe» Effekte (Wirkung auf Dritte wie zum Beispiel Umweltbelastung) führte dann zu hitzigen Debatten über die Rolle des Staates als Regulator.

Am Abend gab es einen kulturellen Abstecher nach Salzburg mit einer Führung durch die «Salzburger Residenz», ehemals Repräsentationsort der Salzburger Erzbischöfe. Am Schluss ging es dann noch zum Schlummertrunk in das kürzlich eröffnete «Carpe Diem Finest Fingerfood», dem neuen Restaurant-Konzept von Red-Bull-Besitzer Dietrich Mateschitz.

Die möglichen Folgen des Tourismus

Donnerstag, 6. Oktober, 4. Tag, Modul 1: Heute stand das Thema «Ecology» mit Diplom-Betriebswirt Peter Zimmer, Gründer und Geschäftsführer der Firma Futour in München, auf dem Programm. Nach einer Einführung über die Phasen der Tourismuskritik diskutierten wir über mögliche Folgen des Tourismus für Bereiche, Umwelt und Natur sowie die Touristen selber. Die Schlussfolgerung lautet: «Der Tourismus muss in Zukunft umweltverträglich, sozialverantwortlich und wirt-

schäftlich ergebnisreich sein. In diesem Zusammenhang dürfen natürlich auch zwei wichtige Exponenten aus der Schweiz zu diesem Thema nicht fehlen, Prof. Jost Krippendorf und Prof. Hansruedi Müller, welche auch im Ausland als Vorreiter zu diesem Thema gelten. Dann ging es um das Thema nachhaltiger Tourismus und die Abgrenzung zum Ökotourismus.

Freitag/Samstag, 7./8. Oktober, 5. und 6. Tag: Spatial Planning for Destinations mit Prof. Richard W. Butler, University of Surrey: Nach einer kurzen Einführung zum Thema «Planning», «Zoning» und «Developing» von Destinationen machten wir ein extrem spannendes und praxisnahes Planungssimulationsspiel: «Developing a new Business, the Orkney Case». Eine Investorengruppe will im Hafen eines idyllischen Insel-Dorfes ein Hotelschiff platzieren. Widerstände von Einwohnern und Grünen waren vorprogrammiert. Kommt uns das von Zürich (Fussballstadion) nicht bekannt vor? Das war bester Anschauungsunterricht aus der Praxis. >>>

* Nähere Infos: www.smba.at



■ Nochmals die Schulbank drücken. Ob aus Taiwan, der Schweiz oder Österreich – für die MBA-Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist jetzt intensives Lernen angesagt.

Fotos: TA



■ Vermitteln Wissen. Klaus Weiermair, Modulleiter des Moduls 1 in Salzburg, und Barbara Klingsbigl, Projektleiterin MBA Tourism and Leisure.

Anzeige

igeho

dès/ab **Fr. 1590.-**

(hors TVA /exkl. WSt)

Pay@Table™

i7910 GPRS
Terminal MOBILE

i7780 RADIO
Terminal PORTABLE

Une offre spéciale «Salon Igeho» vous attend sur notre stand (D22 - halle 2.1) du 19 au 23 novembre 2005 à Bâle!

An der Igeho Messe vom 19. bis 23. November 2005 in Basel erwartet Sie eine **spezial Offerte** (Halle 2.1 - Stand D22).

XA SA - Givisiez - www.xa-ch.com - Tel.: 026 460 55 30

SMART SOLUTIONS FOR RETAIL
An Ingenico group company

World leader in secure transaction and payment solutions.



RESTAURATION 3
Haute gastronomie | A l'image de Philippe Rochat, plusieurs grands chefs jouent aujourd'hui la carte de la diversification.



TOURISME 4
Internet | Un nouveau domaine Internet - «.travel» - permet aux destinations d'enregistrer leurs noms de lieux.



GROS PLAN 5
Vignobles tessinois | Le canton du Tessin s'apprête à célébrer en 2006 les cent ans de son merlot.



Formation continue

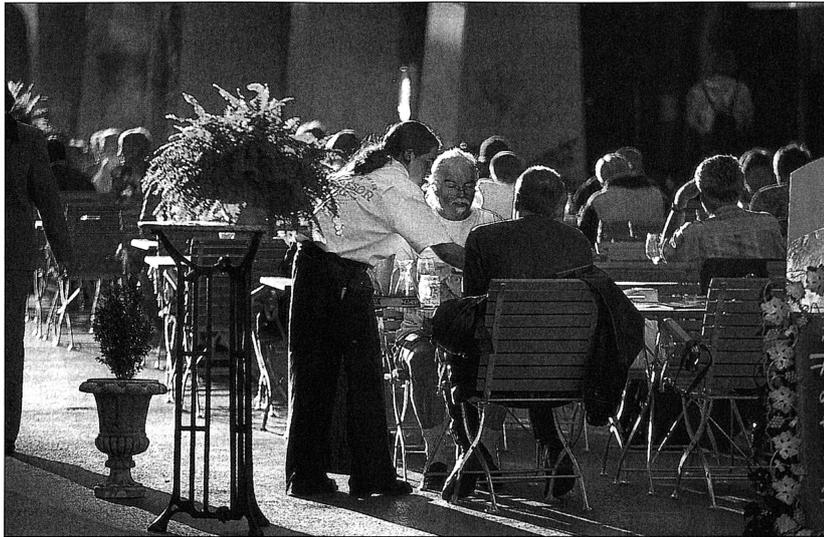
La coordination doit être améliorée

■ Avec la reprise, cet automne, des cours gratuits mis sur pied en Valais par le projet Ritzzy (cf. htr du 30 juin), le thème de la formation continue est plus que jamais d'actualité. Si certains saluent de tels cours, d'autres déplorent en revanche un certain manque de coordination.

Laurent Missbauer

Les cours gratuits de formation continue dispensés en Valais par le projet Ritzzy* ont suscité plusieurs commentaires positifs, notamment lors de la récente assemblée générale des hôteliers valaisans. Le projet Ritzzy, dont le nom fait directement référence à César Ritz, «l'hôtelier des rois et le roi des hôteliers», peut-il avoir valeur d'exemple pour les autres cantons? Assurément, même s'il convient de nuancer cette réponse.

Avec le fédéralisme qui le caractérise, notre pays accorde en effet une large autonomie aux cantons et ceux-ci ne sont pas tous logés à la même enseigne en ce qui concerne les lois qui régissent l'exploitation d'un hôtel ou d'un restaurant (lire ci-dessous). Ainsi, le canton du Valais doit composer depuis le 1er janvier 2005 avec une nouvelle loi qui n'impose plus qu'un examen pour obtenir ce qui est désormais une simple autorisation d'exploiter remplaçant les patentes délivrées auparavant après 16 semaines de formation obligatoire. Et si les hôteliers et les restaurateurs valaisans n'avaient pas manqué de s'insurger contre la nouvelle loi en relevant que la qualité minimale de la formation n'était désormais plus au rendez-vous, ils ont, depuis, fait contre mauvaise fortune bon cœur. Il est vrai aussi que le canton a entre-temps accepté d'attribuer 60% de l'argent en-



■ **Personnel de service au travail.** Les cours gratuits de formation continue que les professionnels de la branche peuvent suivre en Valais suscitent des commentaires positifs. L'aspect durable de cette formation n'est cependant pas garanti. Photo: Swiss-Image

caissé avec les taxes d'exploitation en faveur de la formation professionnelle. «Ces 60% représentent environ 500 000 francs par année et cela nous a permis de mettre sur pied le projet de formation continue Ritzzy qui dispense plus de 50 modules de cours gratuits par semestre», indique Patrick Béro, le directeur de la section valaisanne d'hôtellerie-suisse. Organisés pour la première fois ce printemps, ces cours de formation continue ont attiré 187 participants pour un total de 428 cours dispensés par la Haute école valaisanne en partenariat avec les organisations

professionnelles hôtellerie-suisse Valais et Gastrovalais.

Le nombre de cours a augmenté cet automne de 50%

«Nous avons eu d'excellents échos sur ce concept de formation continue qui a été suivi, à parts égales, par des chefs d'entreprise et par des employés. Dans certains hôtels, le directeur s'est même déplacé avec trois employés», relève François Gessler qui est à la fois président de Gastrovalais et chargé de cours au sein du programme de

formation continue Ritzzy. Pour cet automne, François Gessler annonce une «forte» augmentation du nombre des cours: «De 428 cours ce printemps, nous passerons en effet à quelque 600 cours cet automne. Il s'agit d'une augmentation de 50%». Patrick Béro y voit le reflet d'un message qui a été bien saisi par la branche: «Le message que nous avons voulu faire passer auprès de nos membres est que s'ils ne suivent pas ces cours gratuits, ils perdent le bénéfice de quelque chose qu'ils ont déjà payé avec leurs taxes et dont leurs concurrents vont profiter».

«Aujourd'hui, ajoute Patrick Béro, toutes les chaînes hôtelières proposent des cours de formation continue à leurs membres. Chez nous, il s'agit cependant de cours qui ne s'adressent pas seulement au personnel d'une chaîne et qui ne véhiculent pas uniquement la philosophie de la chaîne. Nos cours sont offerts à tous les titulaires d'une autorisation d'exploiter soumise à la redevance annuelle ainsi qu'à leurs collaborateurs. Et nous ne leur présentons pas une seule philosophie, mais bien plusieurs entre lesquelles ils pourront choisir.»

Dans le cours intitulé «Gestion des conflits et des réclamations», il est ainsi question des chances que l'on peut tirer

des réclamations. Les participants de Ritzzy apprennent à trouver l'origine des conflits et à les résoudre. Quant aux cours sur la vente des prestations de services sur E-bay, ils mettent l'accent sur une philosophie qui est à mille lieues d'un fatalisme souvent présent: «Plutôt que de se lamenter sur des lits inoccupés entre-saison, il serait plus judicieux d'essayer de les vendre aux enchères sur Internet», peut-on lire dans le programme de Ritzzy.

Quel est l'aspect durable d'une telle formation?

Tout irait-il donc pour le mieux en Valais avec ce projet Ritzzy? Pas tout à fait. «Un des problèmes est de coordonner tous les cours qui sont organisés dans la branche. Certains cours sont prodigués par les organisations professionnelles, d'autres par l'Etat ou par des entités privées et nous ne les connaissons pas tous», remarque François Gessler. L'inverse est également vrai. Alain Rohrbach, à la tête du bureau romand d'Hôtel & Gastro Formation, avoue ainsi n'avoir appris l'existence de Ritzzy qu'en parcourant l'hôtel & tourisme revue au début du mois de septembre, «alors que nous aussi, avec nos cours Progresso, nous proposons une formation gratuite.» Quant à Peter Gressholz, responsable de la formation chez hôtellerie-suisse, il trouve «formidable que le Valais consacre un demi-million de francs par année pour améliorer la formation dans notre branche». Il s'inquiète toutefois de l'aspect durable d'une telle formation: «Qu'advient-il lorsqu'il y a un changement de direction à l'Etat du Valais? Le Valais fermera les robinets du financement du projet Ritzzy? Il y a quelques années, des cours gratuits similaires avaient en effet été sans lendemain dans l'Oberland bernois.»

* www.ritzzyinfo.ch

Tous les cantons ne sont pas logés à la même enseigne au niveau de la formation

■ «Les cours gratuits de formation continue du projet Ritzzy ont l'air très bien d'après ce que mes collègues valaisans m'en ont dit. La mise en place d'une telle formation dans le canton de Vaud se heurterait toutefois à un problème de financement», remarque Philippe Thuner, le président d'Hôtellerie vaudoise. Si les taxes d'exploitation - qui permettent de financer à 60% le projet Ritzzy - ont été maintenues dans la nouvelle loi valaisanne sur l'hébergement en fonction depuis le début de cette année, il n'en a

pas été de même dans le canton de Vaud. Entrée en vigueur en 2003, la nouvelle loi vaudoise sur les auberges et débits de boisson ne comporte plus que des «émoluments destinés à couvrir les frais relatifs au travail de l'administration occasionné par la délivrance des autorisations d'exploiter». Tous les cantons ne sont pas logés à la même enseigne. A Fribourg, le financement de cours de formation dans le secteur de l'hôtellerie-restauration provient d'une fondation interprofessionnelle. Mais davantage

que le financement d'une telle formation, c'est le problème du contenu des cours et de leur coordination qui suscite bon nombre de discussions. François Gessler, président de Gastrovalais, relève que Ritzzy ne fait pas de concurrence aux programmes existants qui sont payants. «Les responsables de Ritzzy doivent mettre en place une offre et, pour cela, ils peuvent très bien faire appel à des organismes de formation déjà existants. Que ces derniers n'hésitent pas à se manifester», relève François Gessler. LM

Adresse: Monbijoustrasse 130, Case postale, 3001 Berne | Rédaction: Téléphone: 031 370 42 16, Fax: 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch | Edition: Téléphone: 031 370 42 22, Fax: 031 370 42 23, E-Mail: verlag@htr.ch

La coupe filante pour des légumes taillés à la perfection!

QUIA St-Gall: 12-23 10.05, Halle 2.0, stand 07
 ICHHO Bâle: 19-23 11.05, Halle 1, stand 631

www.gaufrettes.ch
 Brunner SA, Lausanne, tél. 021 784 15 14.

La micros

La chaumière Chemin de la Fondelle, Troinex

Produits Micros-Fidelio de
 Check-In Data 021 632 91 00.
 Chez eux chez les meilleurs.

CHECK IN DATA

noteJob

LE SPECIALISTE DU PLACEMENT

hôtellerie suisse
 Rue des Terreaux 10
 Case postale 7507
 1002 Lausanne
 Tél. 021/320 28 76
 Fax 021/320 02 64
 hoteljob.vd@hotelleriesuisse.ch
 www.hotelleriesuisse.ch

«Linge de cuisine et tabliers répondant à toutes les exigences»

Tissage de Toiles Berne SA
 Téléphones: +41 (0)31 340 85 85 www.tbwern.ch
 Fax: +41 (0)31 340 85 01 info@tbwern.ch

La première adresse pour les initiés.

10 numéros au prix de CHF 25.- seulement!

Chaque commande prend part automatiquement au tirage d'un **Electrobike** (www.flyer.ch) d'une valeur de **Fr. 4000.-** et bénéficie tous les mois d'une chance complémentaire de réaliser une sortie avec 15 Electrobikes*. Pour toute information complémentaire: www.htr.ch

FLYER
Innovation in Mobility



Oui, je commande hôtel+tourisme revue:

- Abonnement d'essai, Fr. 25.- (10 numéros)
- Abonnement annuel, Fr. 145.-
- Abonnement de 2 ans, Fr. 255.-

Nom: _____ Prénom: _____

Société: _____ Tél. (journée): _____

Rue/No. _____

NPA/Lieu: _____ E-mail: _____

Je prends part au tirage.
Conditions de participation: Cette offre est réservée aux nouveaux abonnés et est valable jusqu'à fin 2005. Les collaborateurs d'hôtellerie+tourisme ne sont pas autorisés à y prendre part. Le tirage de la gagnante/du gagnant (Electrobike Fr.4000.-) aura lieu fin 2005 resp. mensuellement. (Sortie*). Aucune correspondance ne sera échangée sur le tirage au sort. Tout recours juridique est exclu. *La société BikeTec en est l'organisateur. hôtel+tourisme revue n'assume aucune responsabilité.

Retourner le talon à l'adresse suivante:
hôtel+tourisme revue, Abo-Service, Industriestrasse 37, 3178 Bödingen

Abonnements:

Tél.: 031 740 97 93

Fax: 031 740 97 76

abo@htr.ch, www.htr.ch



htr

L'hebdomadaire leader pour l'hôtellerie,
la restauration et le tourisme comprenant le plus grand
marché de l'emploi de la branche. www.htr.ch

Des investisseurs veulent injecter 20 millions

■ **Les Diablerets.** Emmené par Pierre Schwitzguebel, président de Lausanne Tourisme et vice-président de Suisse Tourisme, un groupe d'investisseurs envisage de «revitaliser» le tourisme dans la station des Diablerets, dans les Alpes vaudoises. Actionnaire principal de l'Hôtel des Diablerets, Pierre Schwitzguebel semble, en effet, avoir convaincu deux résidents occasionnels, le Norvégien Kristian Siem, patron d'une compagnie de transport maritime et un banquier gene-

vois, d'investir 20 millions de francs dans la station. Directeur du Lausanne-Palace, Jean-Jacques Gauer intervient comme consultant. C'est lui qui a présenté le projet aux élus locaux. Première étape, le 20 octobre prochain, le Conseil communal d'Ormont-Dessus devra entériner la vente d'une parcelle appartenant à la commune près de la gare. Les promoteurs envisagent d'y construire un centre commercial et de résidence - il pourrait même s'agir d'un hôtel. Dans la foulée,

le groupe envisage plusieurs autres achats, dont la reprise à la Banque cantonale vaudoise de l'Hôtel des Chamois, fermé pour cause de faillite depuis le début de l'hiver dernier. L'affaire est subordonnée à l'obtention d'un permis de construire et à l'amélioration de l'offre en matière de sports d'hiver. Il s'agirait notamment d'accélérer le processus de l'installation de moyens d'enneigement mécanique sur les pistes des Mazots afin de faciliter la liaison avec Villars-Gryon. *JJE*

Tabagisme: Gastrosuisse prend les devants

■ **Gastrosuisse.** La lutte contre les méfaits de la fumée dans les locaux publics du pays est entrée dans une nouvelle phase. La semaine dernière, en effet, Gastrosuisse a lancé une campagne nationale intitulée «Ambiance sans fumée», anticipant une éventuelle législation restrictive en la matière. Cette campagne prévoit l'apposition à l'entrée des restaurants et des cafés d'un label, de couleur verte, informant les clients sur la manière dont l'établissement se positionne sur le

thème de la fumée. Quatre catégories d'établissements ont été ainsi définies: non-fumeurs, salle non-fumeurs, horaires non-fumeurs, fumeurs. Le choix des établissements pourra être consulté sur Internet*. Pour Gastrosuisse, il s'agit de poursuivre deux objectifs: d'une part, éviter l'introduction d'une «loi générale très restrictive» et, d'autre part, de motiver la branche à créer «partout où cela est possible et judicieux» des établissements ou des salles non-fumeurs. Cette campagne avait

fait l'objet d'un test lancé début septembre dans le canton de Saint-Gall. Vingt sections cantonales et groupements sectoriels ont fait savoir qu'ils participeraient à cette action, a précisé Gastrosuisse, ajoutant que «d'autres» allaient suivre. L'association faitière et ses sections ont indiqué qu'elles «préconisent une interdiction de fumer largement soutenue, mais sur la base du volontariat».

*www.ambiancesansfumee.ch

Maison de la France

Des suggestions automnales pour la clientèle suisse

■ Alors que Suisse Tourisme ne publie plus sa brochure d'automne, Maison de la France lance en Suisse un prospectus de suggestions automnales.

Laurent Missbauer

La promotion sur les marchés de proximité n'est pas un vain mot dans les pays qui nous entourent. Les campagnes publicitaires effectuées en Suisse par l'Autriche et la région italienne du Tyrol du Sud ne sont pas seulement musclées, mais s'avèrent également très efficaces. La partie alémanique de notre hebdomadaire a en effet récemment relevé que le nombre des nuitées des touristes suisses dans le Tyrol de Sud avait presque doublé en passant de 105 330 à 177 525 de 2001 à 2004. Cet automne, c'est Maison de la France qui fait les yeux doux aux Suisses en publiant spécialement à leur intention une brochure qui présente des suggestions automnales en Alsace, en Franche-Comté, en Bourgogne, en Lorraine et en Champagne-Ardenne.

Des chambres d'hôtes avec sauna et hammam

Maison de la France relève que l'automne est «la plus belle période pour découvrir l'Alsace» car le «vignoble rouge et l'on profite pleinement des douceurs de l'été indien». Plusieurs offres concrètes sont également proposées, notamment «Week-end de chasse en chambre d'hôte trois épis» avec deux matinées de chasse en Haute-Marne, deux nuitées, trois repas avec boissons et initiation à l'oenologie pour 266 euros par personne (environ 400 francs suisses). En Lorraine, Maison de la France met en avant des chambres d'hôtes de «très bon confort» avec sauna, hammam et table d'hôtes entre 30 et 35 euros par personne pour une nuit avec petit-déjeuner.

Annnonce mortuaire

Le conseil d'administration de l'Hôtel du Lac Vevey SA

a le pénible devoir de faire part du décès de

Madame Denise Genoud

Hôtière
Directrice de l'Hôtel du Lac

Que sa famille et ses amis trouvent ici l'expression de notre profonde sympathie.

Haute gastronomie

Les grands chefs se diversifient

■ **Catering haut de gamme, organisation de banquets, produits d'épicerie griffés...** Les grands chefs donnent parfois l'impression d'être au four et au moulin. Le défi n'est pas mince. L'avenir des grandes tables passe pourtant par ce type de diversification.

Geneviève Zuber

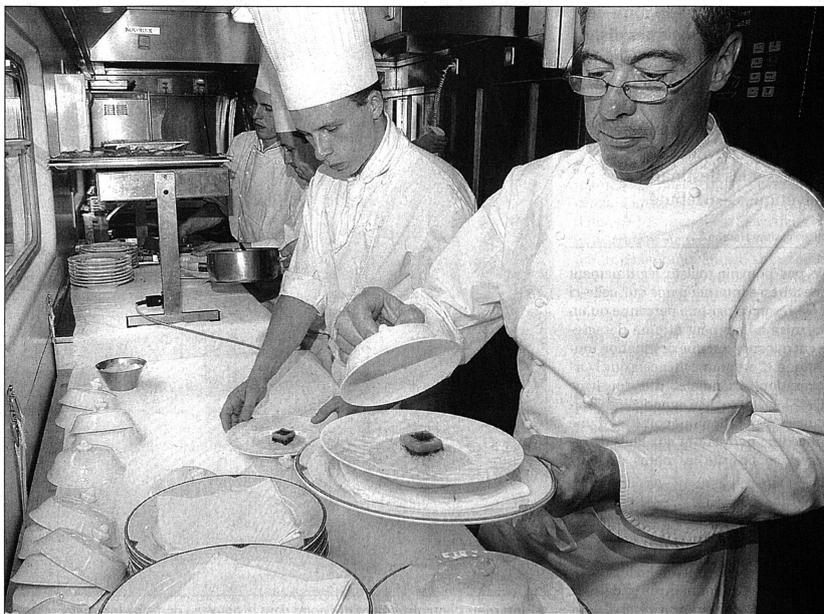
Depuis cet été, on peut déguster dans toutes les voitures-restaurants CFF des plats imaginés par Philippe Rochat. Dès l'été 2006, une autre star des fourneaux, en l'occurrence Philippe Chevrier, s'occupera de la restauration à bord du «Savoie», l'un des bateaux de la CGN, la Compagnie générale de navigation sur le lac Léman. D'autre part, l'un et l'autre ont collaboré ou collaborent avec des compagnies aériennes...

Philippe Chevrier et Philippe Rochat sont les plus emblématiques, en Suisse, de cette tendance des grands chefs - Alain Ducasse, les frères Troisgros - à diversifier leurs activités. Mais en se risquant hors de leur cuisine, hors du temple, les grandes toques ne remettent-elles pas en jeu leur image et le mythe qu'elles représentent? Urs Heller, patron du GaultMillau Suisse est catégorique: «On a trop longtemps dit que le cuisinier ne devait pas être un «businessman», que c'était incompatible avec son art. Mais à l'issue de la première crise, ceux qui n'étaient restés que cuisiniers se sont retrouvés par terre». On sait combien la gastronomie de luxe coûte cher, en produits, en personnel. «Pour sortir les salaires de trente collaborateurs, il n'y a souvent pas d'autre choix que de trouver des marges en se diversifiant.»

«Les chefs doivent s'adapter, comme les grands horlogers»

Mais attention, une diversification réussie n'est de loin pas à la portée de tous les restaurateurs. Encore faut-il que les produits proposés soient à la hauteur. «D'autre part, à la maison, il faut un excellent deuxième chef pour tenir la barre quand le patron s'absente pour ses autres affaires. Et quand les clients sont là, il doit à tout prix se montrer.» Pour Urs Heller, Rochat et Chevrier sont parmi les rares chefs à pouvoir relever le défi: «Ils ne se contentent jamais de produits moyens. Connaissant leurs exigences, le danger que cela arrive un jour est minime.»

À côté de son luxueux restaurant gastronomique, Philippe Chevrier dirige deux brasseries. Mais c'est il y a deux ans, avec l'ouverture du Domaine de Chouly, qu'il a véritablement pris un nouveau virage. Chouly, fondée en association avec Frédéric Condouret dans la campagne genevoise, accueille toutes sortes d'événements: du barbecue au banquet avec plusieurs centaines de



■ **Philippe Rochat au travail dans un train.** «Nous avons eu envie de poursuivre avec les CFF l'expérience de diversification extrêmement intéressante que nous avions menée avec Swiss», a expliqué le grand chef de Crissier. Photo: Alain Gilliéron

convivés. Les cuisines de Chouly centralisent aussi les activités traitées. Une demande qui monte: les brigades de Chevrier sont appelées à se déplacer lors d'événements: cocktail dinatoire pour une marque, inauguration d'un garage... Philippe Chevrier dresse un bilan «très satisfaisant» de l'expérience Chouly, qui occupe dix collaborateurs à plein temps et jusqu'à cent extras.

Aujourd'hui, la majeure partie de son chiffre d'affaires provient des activités autres que du Domaine de Châteaueuv, son restaurant gastronomique. «L'avenir passe par une diversification des activités, particulièrement quand certains produits de luxe, comme ceux de la mer, toujours plus rares, prennent l'ascenseur et quand le carburant pour les acheminer augmente aussi...» Cela dit, «Châteaueuv est et reste la priorité, le laboratoire

d'idées, l'effort qui rayonne sur tous les autres». Et d'ajouter qu'en 18 ans, il n'y a jamais manqué un service. «Pour le reste, comme pour tout chef d'entreprise, il faut savoir s'entourer, déléguer, motiver ses collaborateurs. Ainsi par exemple, tous mes cadres sont intéressés au chiffre d'affaires.» Mais la qualité de ses autres produits? Chevrier évoque les horlogers les constructeurs automobile de prestige, qui ont su s'adapter aux nouveaux besoins. «Mercedes a sorti un modèle à des prix plus populaires. Mais quel que soit son prix, une Mercedes reste une Mercedes. Idem pour mes produits, ils sont griffés Chevrier, une marque gage de qualité.»

Philippe Rochat, à Crissier estime également que la gastronomie de qualité ne rime plus seulement avec homard et foie gras. Le soin accordé à la préparation, sa maîtrise sont en re-

vanche des constantes. C'est en 2001 qu'il fonde RSH Quality Food Concept avec deux de ses chefs, Lazare Saguer et Michel Hug. RSH est un service de catering et organise grâce à ses brigades mobiles et sa chaîne du froid, des banquets de 8 à plus de 1500 convives, en Suisse romande ou à Zurich.

«Notre mandat avec Swiss a été un point de départ»

«Notre mandat de catering pour Swiss a été un point de départ», explique Philippe Rochat. «Nous avons eu envie de poursuivre cette expérience extraordinairement intéressante qui n'a cessé de se développer.» La société, installée dans ses propres locaux à Crissier, élabore notamment les produits boutique, griffés Rochat, et occupe douze personnes. L'investissement en équipement s'est monté à un million, «mais nous n'avons jamais travaillé à perte», explique Philippe Rochat. Il dit aussi s'être lancé dans ce défi non pas pour des raisons financières, mais «pour aider de jeunes chefs.» Ce sont ses associés d'ailleurs qui assument la majeure part du travail à RSH. «Si vraiment je dois être présent lors d'un banquet, je ferme mon restaurant de Crissier, ce qui arrive deux ou trois fois par an.»

En quatre ans, RSH s'est taillé «un énorme succès». Mais de là à préparer des plats congelés pour des grandes surfaces... Rochat ne veut pas mettre son nom sur des plats industriels. «Je suis et reste un artisan cuisinier.»

La cuisine de Philippe Rochat prend le train

■ Tous les deux jours, des créations de Philippe Rochat, exécutées par sa société de catering RSH - pour Rochat, Saguer et Hug - prennent le train. Depuis le début de cet été, tous les wagons restaurants des CFF proposent en effet des mets de Philippe Rochat. «Au début, j'avais quelques craintes qu'une partie des voyageurs n'osent pas ce type d'offre liée à la haute gastronomie», explique Yvo Locher, le directeur d'Elvetino, filiale des CFF pour la restauration.

Mais avec plus de 10 000 plats RSH écoulés, le succès de cette expérience gastronomique à prix doux dépasse les prévisions. Le plat végétarien, un «blé tendre aux légumes et au curry», commandé à 90% par des femmes, coûte 18,60 francs, l'osso buco au basilic 26,90 francs, et la soupe Dubarry - que des chariots mobiles proposent à même les quais depuis ces jours - 9,50 francs. Les plats frais sont préparés chez RSH à Crissier et cuits dans les cuisines à bord des trains. *GZ*

Nouveau directeur au CCM

■ **Montreux.** Le Centre des Congrès de Montreux (CCM) a présenté la semaine dernière son nouveau directeur. Il s'agit de Rémy Crégut, qui a déjà travaillé pour de grandes chaînes hôtelières (Accor et Hyatt), pour Disneyland Paris et le réseau des villages de vacances Center Parcs. Cette nomination intervient après plusieurs mois de remous au sein du CCM: le départ, à la fin de l'hiver dernier, du précédent directeur Philippe Besson et l'engagement et le départ soudain

(après six mois) de la directrice des ventes, Carole Voeffray. Rien qui ne puisse inquiéter Rémy Crégut qui dit «en avoir vu d'autres tout au long de son parcours professionnel». Il compte faire profiter Montreux de son carnet d'adresses, surtout pour les événements d'entreprises. Il rassure d'autre part le monde hôtelier en précisant qu'il sait «de quoi il parle». Le Comité de direction du CCE précise de son côté «vouloir retrouver une efficacité en matière de nuitées hôtelières». **JJE**

La FST dit oui

■ **Votations populaires.** La Fédération suisse du tourisme soutient la révision de la loi sur le travail qui sera soumise au peuple le 27 novembre. Elle est par conséquent d'accord avec le statu quo concernant les heures d'ouverture des magasins dans les gares et les aéroports. Elle note que les touristes apprécient de pouvoir faire leurs achats lorsqu'ils arrivent dans notre pays. Des magasins fermés «ont du plus mauvais effet pour l'image de la Suisse», dit-elle. **MH**

Diablerets: trois nouveaux sentiers didactiques

■ **Alpes vaudoises.** En partant du constat que le patrimoine des Diablerets est encore largement méconnu du grand public, l'office du tourisme de la station vient de créer trois nouveaux sentiers didactiques. Ces parcours mettent avant tout l'accent sur l'authenticité et le retour à la nature. Le premier d'entre eux, intitulé «Jadis à Vers-l'Eglise» propose la visite de ce «village pittoresque qui replonge les randonneurs dans le quotidien des habitants d'il y a plus de 200 ans». Le second

sentier didactique invite à découvrir les hameaux qui surplombent Vers-l'Eglise et le troisième propose une grande randonnée à travers les pâturages et les hameaux situés le long de la chaîne de la Para. C'est le plus long des trois puisqu'il ne faut pas moins de six heures pour l'effectuer. Le lancement de ces nouveaux itinéraires est allé de pair avec la publication de deux fascicules qui comportent un grand nombre d'informations sur la géographie et l'histoire locale. **LM**



Photo: Swiss-Image

Internet

Un domaine réservé aux destinations

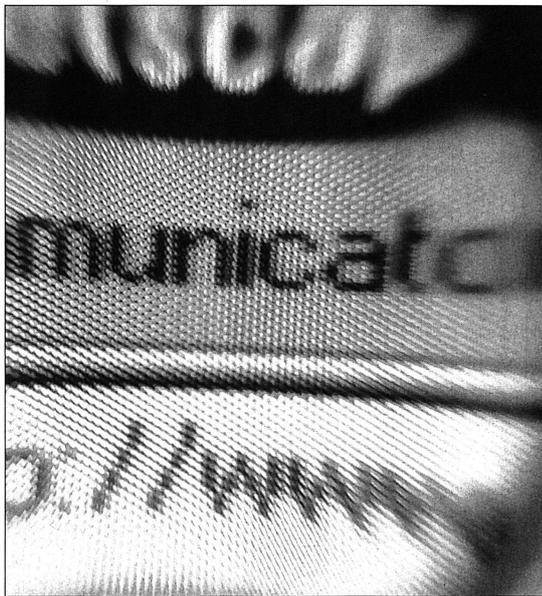
■ Depuis le début du mois, les destinations touristiques disposent d'un domaine Internet qui leur est propre, à savoir: «travel». La procédure de réservation et d'enregistrement des noms – qui devrait aussi intéresser les destinations helvétiques – a débuté.

Miroslaw Halaba

Ne pas pouvoir utiliser légitimement une adresse Internet parce que celle-ci a été réservée par une personne ou un organisme tiers peut être un désagrément majeur pour une destination touristique. C'est pour éviter cela que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et la société américaine Trilliance Corporation ont convenu d'une procédure permettant aux Etats de réserver en priorité les noms de leurs lieux.

Première étape: demande d'enregistrement des noms

Pour ce faire, elles ont retenu le domaine «travel». Gestionnaire de ce dernier, Trilliance Corporation a réservé tous les noms géographiques et géopolitiques figurant sur la liste ISO 3166-1, en anglais et dans toutes les langues officielles. Il faut savoir que si les nations disposent du droit exclusif d'utiliser le nom de leur pays, il n'en va pas de même pour les noms d'endroits, comme les noms de villes, de sites, de ré-



■ **Internet.** L'enregistrement des noms dans le nouveau domaine Internet «travel» est réservé en priorité aux destinations grâce au concours de l'Organisation mondiale du tourisme. **Photo: Ex-Press**

servés ou, encore, de parcs nationaux. Ces lieux ayant donc été réservés préalablement par la société américaine, il revient maintenant aux destinations de

dire si elles entendent ou non utiliser ces noms et, si c'est le cas, de les faire enregistrer. L'enregistrement des noms se fait en deux étapes qui ont été dé-

crites par l'OMT. La première est consacrée à la demande d'enregistrement. Ainsi, les autorités dont dépend l'endroit dont elles aimeraient utiliser l'appellation ont jusqu'au 31 décembre pour demander à Trilliance Corporation* de leur réserver les adresses Internet qui se termineront par «travel».

Ces appellations devront toutefois figurer sur la liste des noms préalablement réservés par Trilliance Corporation. A noter que les adresses dites DBA (doing business as), comme www.visitvienna.travel, peuvent faire l'objet d'une demande immédiate en ligne à l'adresse www.trilliance.travel (bouton «Authentification» ou le bouton «D&B»).

L'OMT souligne également que le droit prioritaire est appliqué en fonction du poids démographique. Ainsi, l'adresse www.paris.travel sera attribuée en priorité à la capitale de la France et non pas à la localité de Paris au Texas.

Seconde étape: enregistrement des noms

La seconde étape porte sur l'enregistrement proprement dit des noms. Entre le 1er et le 15 janvier 2006, Trilliance Corporation enverra les listes de noms qui ont fait l'objet d'une demande, chaque nom recevant un numéro d'identification (UIN). Ce dernier permettra alors à la destination concernée d'enregistrer et d'acheter les noms désirés par l'intermédiaire d'un des organes d'enregistrement agréés pour traiter le domaine «travel». Cette opération devra

se faire entre le 15 janvier et le 31 mars. Passée cette date, les noms d'endroits qui n'auront pas été enregistrés seront libérés pour les organismes touristiques dont le droit de les détenir aura été authentifié.

Un problème prioritaire, estime l'OMT

L'OMT indique qu'elle soutient «sans réserve» cette initiative privée de Trilliance Corporation. Elle invite ses membres «à reconnaître l'urgence du problème et à lui accorder une attention prioritaire» afin qu'ils puissent protéger les adresses Internet qui leur appartiennent «légitimement». L'OMT est d'avis que le domaine «travel» contribuera à accroître grandement la visibilité de ses membres et de leurs destinations. Cette démarche devrait intéresser les destinations helvétiques. Ceci d'autant plus que le domaine «travel» est susceptible de prendre de l'importance, fait remarquer Roland Schegg, collaborateur scientifique à la Haute école valaisanne et spécialiste pour les questions d'Internet.

Le nouveau domaine a fait l'objet, il y a quelques jours, d'un lancement limité, un lancement d'envergure étant programmé pour le mois de janvier. Si la procédure proposée soulève des questions, l'OMT propose de les soumettre par courriel à Trilliance Corporation**.

* Les demandes sont à adresser, en anglais, à Manager - Administration, Trilliance Corporation, 220 Fifth Avenue, 20th floor, New York, NY 10001.
** placenameslist@trilliance.info

Avis mortuaire



Tous les amicalistes de l'AICR
(Amicale internationale des sous-directeurs
et chefs de réception des grands hôtels)

ont la profonde tristesse de vous faire part
du décès de sa chère membre et amie

Denise Genoud

Nous adressons ainsi à sa famille
nos sincères condoléances et l'expression
de notre vive sympathie.

Jura bernois

Les villes mises en valeur

■ **Jura bernois Tourisme** a mis en place un programme de valorisation de son patrimoine urbain. Un exemple pour d'autres destinations.

Miroslaw Halaba

Connu surtout pour ses sites naturels, le Jura bernois a décidé de se donner des atouts supplémentaires. L'engagement pour le tourisme culturel et particulièrement le tourisme urbain, constaté dans ses bureaux d'accueil, lui en donne les moyens.

S'inspirant d'un concept mis en place – avec succès, précise-t-on – pour les villes de La Chaux-de-Fonds et de Neuchâtel, Jura bernois Tourisme a élaboré un programme de mise en valeur touristique de ses cinq principales localités que sont Moutier, La Neuveville, Tramelan, Tavannes et Saint-Imier. Le programme comprend l'édition d'un petit guide pour chacune des villes dont

le contenu a été validé par un historien de l'art, René Koelliker. Rédigé en français, en allemand et en anglais, intitulés «A pied-Zu Fuss-On Foot», ce guide propose un itinéraire pédestre permettant de découvrir les richesses du patrimoine bâti de la localité. Le tirage total s'élève à 70 000 exemplaires.

Ce type de prospectus semble promis à un bel avenir. Il devrait, à terme, être utilisé pour présenter les localités dignes d'intérêt de la Watch Valley. A Neuchâtel, où il a fait ses premiers pas, il est, dit-on, le document qui est le plus souvent distribué par l'office du tourisme.

Organisation de visites guidées thématiques

Le programme de valorisation – la dernière grande contribution de la directrice démissionnaire, Armelle Combre – comprend également la mise en place d'une offre de visites guidées thématiques. Vingt-trois personnes, qui ont

suivi la formation en «patrimoine et tourisme» dispensée par l'Université de Genève, sont désormais en mesure de faire des visites commentées des cinq cités jurassiennes-bernoises et ceci dans les principales langues européennes. Cette année, quarante visites de groupes ont déjà été organisées, a relevé le «Quotidien jurassien».

Convention et système de réservation

Pour gérer ces visites, dont le contenu porte, ici aussi, la griffe de René Koelliker, Jura bernois Tourisme a conçu un système de réservation dans chacun de ses bureaux d'accueil. L'office se porte garant auprès des clients de la conformité des visites proposées pour ce qui est de la durée, de la qualité, de la langue ou du prix.

Une convention de collaboration a d'ailleurs été passée entre l'office du tourisme et les guides qui sont à son service.

Vins valaisans

Du fendant et des clichés

■ Un débat sur l'avenir du fendant a eu lieu, il y a dix jours, dans le cadre de la «Journée du 75e anniversaire de Provin» au Comptoir de Martigny.

Pierre Thomas

Quel avenir pour le fendant? Il y a dix jours, au Comptoir de Martigny, un débat a fait le point. Le moins que l'on puisse constater, c'est que vu de Bordeaux ou de Sierre, le point de vue est loin d'être identique... Professeur à l'Université de Bordeaux, Nicolas Vivas a ainsi répété ce que l'on entend depuis toujours. D'abord, que le chasselas n'est pas un cépage de cuve, mais un raisin de table, rengaine des œnologues hexagonaux. Ensuite, que le Valais devrait se concentrer «sur des vins beaucoup plus expressifs». Enfin, «que le prix (actuel) du fendant ne passera jamais sur le marché international». Et encore que la Suisse, et notamment le canton du Valais, devrait resserrer son offre de vins par trop diffuse...

Bref, l'universitaire français qui, au passage, a complimé les Valaisans sur la qualité intrinsèque de leurs vins, n'a pas poussé le bouchon au-delà des clichés, donnant raison aux viticulteurs valaisans qui ont arraché 433 hectares de chasselas en dix ans, pour une surface restante de 1339 hectares, soit 26% du vignoble. L'espoir, lui, est venu des Suisses.

Un plaidoyer en faveur d'une diversité d'origine du fendant

Le Sierrois Dominique Fornage, gérant du Château de Villa à Sierre, a plaidé pour une diversité d'origine du fendant, «le vin de base du Valais». Revendiquant son statut de Vaudoise, Marie-Hélène Miauton, directrice de l'institut de sondages MIS-Trend, a cité ses enquêtes confirmant que le fendant «est le seul vin suisse qui a de la notoriété, clairement identifiée au Valais».

Selon l'analyste, les consommateurs suisses réclament une grande diversité de leurs vins, «car ils les comparent à l'ensemble des vins du monde». Donc, il serait «dommage de limiter leur choix». Selon Marie-Hélène Miauton, ce qui manque aux vins suisses, c'est une image et «de la communication, qui n'est pas encore sortie des limbes». Et de rappeler qu'un tiers des consommateurs s'approvisionnent chez le vigneron, 50% achètent en grandes surfaces et 25%, quand il y a une dégustation, s'en vont convaincus, avec quelques bouteilles.



■ Le Valais devrait se concentrer sur des vins plus expressifs, a estimé un expert français. Photo: Swiss-Image

NOTA BENE

■ Prochaine page «Bon à boire». La rubrique «Bon à boire» paraît tous les deuxièmes jeudis de chaque mois. La prochaine parution est donc agendée au jeudi 10 novembre 2005. LM

100e anniversaire du Merlot tessinois

Un coup de poker gagnant

■ La première fois que du merlot fut vinifié au Tessin, c'était en 1906. L'an prochain, le vignoble reconverti au cépage bordelais sera ainsi en fête toute l'année. Et les meilleures cuvées de l'exotique millésime 2003 sortiront de barriques au même moment.

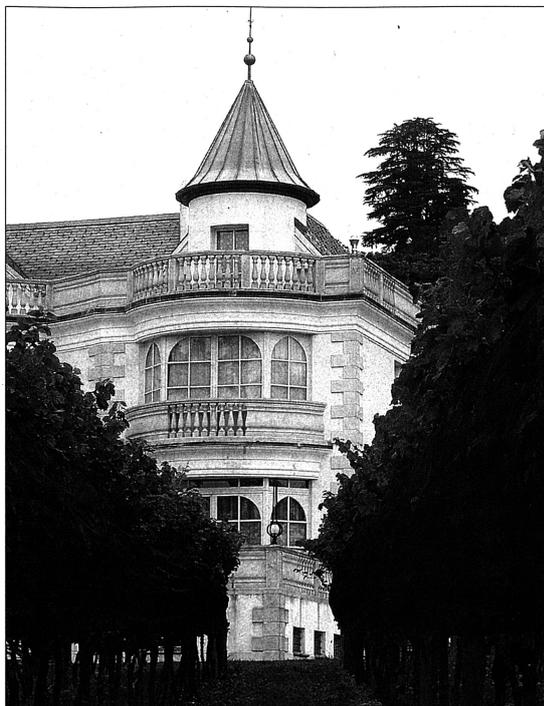
Pierre Thomas

Début septembre, il y avait foule au Castelgrande de Bellinzzone. Acheteurs, restaurateurs et journalistes pouvaient déguster en primeur les vins tessinois du millésime 2003. Jugée «hors classe», l'année livrait son verdict. Et le «merlot du Tessin» a confirmé qu'il voyage à plusieurs vitesses. D'abord, un vin courant, facile d'accès, vinifié en cuves en inox. Ces 2003 «simples» sont loin d'être renversants: la plupart possèdent des tanins verts, fruits d'une récolte précocée, début septembre, ou conséquence d'un blocage de maturité, dû à la canicule estivale. Les cuvées de prestige 2003 s'en sortent mieux. Mais la richesse en sucre, transformé en alcool (14° naturels), et l'acidité basse en font des vins à boire sans tarder.

La renaissance du merlot tessinois remonte à 1980

Si le centenaire du merlot correspond bel et bien à une date, la renaissance du vin tessinois remonte, elle, à vingt-cinq ans. Seulement! Début des années 1980, ils étaient, comme les mousquetaires, quatre, venus d'outre-Gothard, pour cultiver des vignes en paix au Sud des Alpes, les Adrian Kaufmann, Werner Stucky, Christian Zundel et Daniel Huber. De ce quatuor, qui fait encore ses vins «cultes» dans son coin, seul le dernier offrait à déguster ses crus à Bellinzzone: «2003 n'est pas le millésime le plus fin depuis 1981, mais le plus puissant. Tous mes vins ont atteint les 14° d'alcool, comme si mon domaine avait déménagé de 500 km au Sud! Quand on a rentré la vendange, on a eu très peur. Après trois ans, on était déjà en train de réaliser le millésime du nouveau millénaire». Ses vins ont gardé une belle finesse, avec peu de barrique (12 mois) et un boisé bien intégré.

Dans le même registre, désormais classique, les vins d'Eric Klausener. Lui aussi est un pionnier du renouveau, non pas venu de Suisse alémanique, mais de Grandvaux (VD), en 1982. Avec sa femme Fabienne, une archéologue de Lutry, ils élèvent des merlots régulièrement bien placés dans les dégustations. Seul regret: «On n'arrive pas à entrer dans la gastronomie en Suisse



■ Vignobles de merlot tessinois avec château. Le Tessin se prend parfois pour Bordeaux. Cela vaut aussi pour le prix de certains de ses merlots! Photo: Pierre Thomas

romande». Car il faut hélas l'admettre, les grands merlots tessinois sont peu présents sur les tables romandes...

Des vins de 2003 du Nouveau Monde

Pourtant, nombre de producteurs sont passés par Changins. Ainsi Nicola Corti, de Balerna. Son Leneo 2003 est sorti meilleur merlot au Concours d'Exposition à Zurich. Il sera prêt pour Arvin 2006 à Morges. Long cuvage et vingt-cinq mois de barriques neuves, pour un nectar au nez de kirsch, chaud, confit, aux tanins fondus. «Un Mendrisiotto typique», assure le producteur. Et plaisant à boire aujourd'hui, parce qu'il flirte avec le Nouveau Monde.

Nez magnifique, long, puissant, au boisé certes toasté, le Platinum 2003 de Guido Brivio bénéficie d'un traitement inspiré de l'amarone. Une partie des raisins sont séchés à l'air. L'œnologue Fred De Martin, élève de Philippe Corty, chez Uvavins, à Tolothenaz (VD), reste «zen»: «Je ne m'identifie pas à ce

vin, mais ça m'a fait plaisir de le réussir dans de pareilles conditions climatiques. Que j'aie vinifié en Australie m'a beaucoup aidé... Mais je préfère la puissance et l'équilibre des 2002».

Egalement œnologue de Gialdi, dans les mêmes locaux que Guido

Brivio, à Mendrisio, De Martin peaufine la cuvée «Quattromani». Ce projet réunit Feliciano Gialdi, Guido Brivio, Angelo Delea et Claudio Tamborini, le quatuor tessinois qui donne la réplique aux mousquetaires des années 1980. Les vins sont d'abord vinifiés «à la source», puis les barriques rapatriées à Mendrisio. L'assemblage est goûté et «ajusté», puis ce «mélange» séjourne encore quatre mois dans des barriques à forte chauffe. Ce vin rassembleur développe un style plus international que les quatre fers de lance de chacune des maisons, le Platinum de Brivio, le magnifique et racé Sassi Grossi de Gialdi, le très fin Comano de Tamborini et le puissant Carato Riserva de Delea.

Des bouteilles de merlot à plus de 50 francs!

Ces vins tirés à quelque 10 000 bouteilles sont tous vendus 50 francs et plus à la propriété. Car le merlot fait aussi tourner les têtes. Luigi Zanini, négociant en vins (italiens), fut aussi un des premiers à croire au merlot tessinois. Avant d'acheter ses propres vignes, où il a construit son «Castello Luigi», à Besazio, il s'est chargé de vinifier à sa manière les raisins que lui livraient un cercle d'amis, les «Vinattieri». Aujourd'hui, ce pur merlot est élevé deux ans en barriques neuves. Le 2003 garde un potentiel tannique intact, sur une matière d'une belle profondeur, dont les arômes rappellent la mine de crayon. Un vin, réussi, qui sera vendu 72 francs, à peine moins que le Castello Luigi (79 francs), où le merlot est complété par un peu de cabernets franc et sauvignon, dans un style bordelais. Chez Zanini, on tient le 2003 en moindre estime que le 2000, dont la capacité de vieillissement, grâce à l'acidité, était supérieure. Et qui fut vendu 99 francs la bouteille. Le Tessin se prend parfois pour Bordeaux... et rêve de surpasser Petrus, le modèle de Pomerol.

Quelle image pour le «merlot du Tessin»?

■ Tout au long de 2006, les Tessinois se pencheront sur les origines... et l'avenir du merlot (programme complet sur www.merlot06.ch). Du négoce dépend 50% de la viticulture tessinoise, 25% de la Cantina sociale de Mendrisio et le reste est produit par deux cents caves particulières. En 1980, elles n'étaient que 50... Le merlot, dont 16% est vinifié en vin blanc, représente 80% de l'encépagement du canton. Il produit autour de 5 millions de bouteilles par an. Ainsi, le Tessin ne pèse que 5% du poids de la vitiviniculture suisse. Reste à savoir si une majorité de vigneron peut viser

le très haut de gamme entre 50 et 100 francs, non pas les années exceptionnelles, mais les années normales. Cinq millions de bouteilles sur 1000 ha alors que les seuls grands crus de Saint-Emilion ont sorti 18 millions de bouteilles sur 3600 ha en 2005. Sur une surface exigüe, le Tessin n'a ni recensement des terroirs (l'étude est... à l'étude!), ni, a fortiori, une hiérarchie et un classement officiel. La dégustation de cuvées rares le dispute donc au marketing, toujours plus offensif. Pour obtenir une vraie reconnaissance internationale, le Tessin devra choisir sa ou ses voies. PT

Château de Villa à Sierre

L'évolution des affaires est réjouissante

■ Malgré l'introduction du 0,5%, l'évolution des affaires a été qualifiée de très satisfaisante au Château de Villa de Sierre.

Jean-Jacques Ethenoz

On pouvait croire que, tout entier dédié à la célébration du vin, le Château de Villa, à Sierre (œnothèque et restaurant), aurait souffert de l'introduction du 0,5%. Il n'en est rien, a indiqué la Fondation du Château lors d'une récente conférence de presse.

«Par bonheur», précisent ses responsables, «notre chiffre d'affaire ne s'est pas effondré». Et, à la fin du mois

dernier, il s'était même consolidé au niveau de la période correspondante de 2004 et «assez nettement» au-dessus du résultat de 2003, pour probablement atteindre à la fin de l'année trois millions de francs.

Progression de la vente au verre et à l'emporter

Une différence subsiste cependant par rapport à 2004. L'introduction du nouveau taux d'alcoolémie autorisée a en effet modifié les habitudes de consommation. A Sierre, on observe ainsi une progression de la consommation au verre et, simultanément, une progression des ventes des bouteilles à emporter, alors qu'au restaurant, la vente de

bouteilles enregistre peu de changement. Mais le 0,5% a aussi eu des répercussions au niveau du restaurant qui a pour mission de mettre en valeur trois catégories de produits du terroir: vins, fromages et charcuteries. Suite à la demande de la clientèle, son chef, Christian Zufferey, a élaboré une série de «bouchées gourmandes» saisonnières à déguster à l'apéritif sur le modèle des tapas espagnols.

Le Villa Solara: un nouveau cru original et exclusif

La petite carte du Château de Villa varie ainsi au gré des saisons, par exemple terrine de gibier, chou à la mode du Lötschental au mois d'octobre. Mais,

les innovations ne s'arrêtent pas là. Car la Fondation a encore agréé l'entrée au château de 24 nouveaux encaveurs et de dix fournisseurs d'alcools distillés ce qui porte les références à 547, avec une nouvelle cave pour les vins de garde.

Dans ce domaine, le Château de Villa a également décidé l'innovation, en créant un cru original et exclusif: un assemblage de blancs élevé en foudre (700 litres) sans oxydation puisque le soutirage (200 litres annuels) sera immédiatement compensé par du vin jeune. Le Villa Solara - c'est son nom qui fait référence au Xeres et au Malaga - sera proposé une fois l'an au restaurant du château en une soirée festive. Il sera également mis en bouteille et proposé à l'œnothèque.

Les «Super Seniors» ce week-end à Champéry

■ Valais. Après le Val d'Anniviers, théâtre il y a deux ans du tournage de «Mayen 1903», la première émission de télé-réalité de la Télévision suisse romande, c'est à nouveau une région touristique valaisanne, en l'occurrence la station de Champéry qui a été choisie pour le tournage de «Super Seniors».

Pendant deux mois - mai et juin -, treize seniors romands, âgés de 60 à 76 ans, ont vécu à l'Hôtel Plein Ciel, au-dessus de Champéry, afin de créer une revue qui

traite de la vie des retraités. Le premier des dix épisodes de ce «feuilleton documentaire» sera diffusé le samedi 15 octobre sur TSR1 à 20 h.05. A cette occasion, Champéry Tourisme a invité les treize seniors à venir regarder l'émission en direct et en public sur écran géant au Palladium de Champéry.

A l'image de Sierre-Anniviers Tourisme qui avait commercialisé des forfaits touristiques «Mayen 1903», Champéry Tourisme s'apprête-t-il à utiliser cette nouvelle

émission de télé-réalité pour promouvoir la station? «Il est encore trop tôt pour le dire», relève Steve Theytaz, le directeur de Champéry Tourisme. «Nous nous trouvons en pleine période de réflexion. Il est toutefois certain que l'écho suscité par «Super Seniors» pourrait nous être très utile pour attirer des touristes du troisième âge et pour nous positionner aussi comme destination idéale entre-saison.» LM

www.tsr.ch/superseniors

Les «meilleurs sommeliers de Suisse» primés

■ Trophée Ruinart. Le 20e Trophée Ruinart, couronnant le «Meilleur sommelier de Suisse 2005», qui s'est déroulé dimanche et lundi à Lugano, a été remporté par Christian Bock (au centre sur la photo), du Park Hotel Weggis, à Weggis (LU). Le deuxième place du concours est revenue à Sébastien Lacroix (à g.), de l'Auberge de Lavaux, à La Conversion sur Lutry (VD), et la troisième à Rodolfo Introzzi, de l'Hôtel Villa Principe Leopoldo & Residence, à Lugano. MH



Photo: Trophée Ruinart

LES GENS



■ Walter Loser (photo), directeur de Crans-Montana Tourisme depuis 1987, a présenté mardi sa démission. «J'ai décidé de relever d'autres défis et, à 51 ans, c'est peut-être le dernier moment pour donner une nouvelle orientation à ma carrière professionnelle. J'ai déjà des pistes, mais rien n'est encore concrétisé», a relevé Walter Loser qui quittera ses fonctions à la fin de la saison d'hiver 2005/2006. Responsable de Crans-Montana Marketing, Philippe Sproll quittera lui aussi son poste. Le départ de Walter Loser a été qualifié de «coup de tonnerre» dans le quotidien «Le Matin». Celui-ci relève en effet que «si les milieux du tourisme valaisan saluent aujourd'hui presque unanimement le travail de Walter Loser, certains rumeurs sur son avenir allaient bon train depuis quelque temps». LM



■ Le successeur de Patrick Henry à la direction de Villars Tourisme a été désigné lundi en la personne de Serge Beslin (photo). Franco-suisse, âgé de 36 ans, marié et père de trois enfants, le nouvel élu est titulaire d'une «maîtrise en sciences économiques» de l'Université de Caen et travaille depuis une dizaine d'années dans le tourisme. Il a été directeur d'une «importante» structure d'hébergement à Val Thorens, en France, et directeur de la région d'Evolène (Arolla-Evolène-Les Haudères-La Sage), en Valais. MH



■ Michael Maeder, responsable jusqu'ici de la publicité pour les clients à la représentation de Suisse Tourisme à New York, a été nommé en début de semaine à la direction du Switzerland Travel Center de Londres. Il entrera en fonction le 1er janvier et remplacera à ce poste Katherine von Ah qui assurera à partir du 1er janvier la direction de Jura bernois Tourisme (cf. htr du 15 septembre). LM



■ Nouveau directeur. Après dix-sept ans de direction, Eric Kuhne (à g.) a passé le flambeau à Jean Welti, un connaisseur des hôtels Hilton où il a travaillé pendant plus de trente ans. Photo: Miroslaw Halaba

Le Palace Hilton

Passage de témoin à Genève

■ Une réception a marqué officiellement, mardi, le changement de direction à la tête de l'Hôtel Noga Hilton, à Genève, devenu Le Palace Hilton.

Miroslaw Halaba

Passage de témoin, mardi soir, à l'Hôtel Noga Hilton à Genève, devenu, à la faveur d'un changement de propriétaire, Le Palace Hilton, établissement cinq étoiles lié par un contrat de management à la société hôtelière Hilton International.

Directeur général durant dix-sept ans, actif dans l'hôtellerie depuis quarante-trois ans, Eric Kuhne a en effet passé officiellement le flambeau à Jean Welti. «Avec Eric Kuhne à son gouvernail, l'hôtel a écrit dix-sept ans de succès hôtelier», a déclaré au nom de la société propriétaire - Le Palace Genève SA -, Michel Vaclair, du département

de gestion immobilière de l'UBS à Genève. Le directeur sortant, qui est pour quelques temps encore président de la Société des hôteliers de Genève, a relevé le caractère complexe de l'hôtel qu'il a dirigé et dont il a été le directeur commercial lors de son ouverture en 1980. «Cet hôtel est une ville dans la ville», a-t-il dit aux quelque trois cents invités présents.

Un programme de travaux pour le nouveau directeur

Son successeur, Jean Welti, n'est pas un inconnu de l'hôtel du Quai du Mont-Blanc, puisqu'il y a occupé le poste de directeur-adjoint de 1981 à 1986. Diplômé, comme Eric Kuhne, de l'Ecole hôtelière de Lausanne, il a fait toute sa carrière au service de la société Hilton International.

Après Genève, il a été directeur général dans les établissements de la chaîne à Addis Abeba, à Abidjan, à

Cannes, à Londres, à Paris et, depuis 1999, à Abou Dhabi, son dernier poste. Jean Welti est un «hôtelier suisse, connaissant l'hôtel, familier des us et coutumes d'un opérateur international, puisqu'il a travaillé sur plusieurs marchés», a indiqué, en substance, Michel Vaclair.

Jean Welti, qui est en fonction depuis le 1er septembre, aura la tâche de mener à bien un programme de rénovations de l'hôtel, le premier programme important depuis son ouverture. Les travaux, d'un montant total d'environ cinquante millions de francs, se feront en deux étapes. La première, qui débutera à la fin du mois d'octobre et qui se terminera en mai 2006, portera sur la rénovation du lobby et de 160 chambres sur 410. La seconde, prévue de novembre 2006 à novembre 2007, sera consacrée à la rénovation des chambres restantes, des deux restaurants, des salles de réception et à des travaux sur les façades.

D'UNE LANGUE À L'AUTRE

■ Prolongation du taux réduit de TVA pour l'hôtellerie. Le Conseil aux Etats a décidé la semaine passée de prolonger le taux réduit de TVA dont bénéficie l'hôtellerie (3,6 %) jusqu'à fin 2010. Cette décision a été acceptée par 36 voix sans opposition. On relèvera toutefois que si la TVA devait être réformée avant cette date, cette particularité tombera. Le conseiller aux Etats Hans Lauri (UDC/BE) a accueilli cette prolongation avec satisfaction. «Si l'on venait à supprimer le taux réduit dont bénéficie l'hôtellerie, les prix des chambres d'hôtels augmenteraient et cela ne manquerait pas de pénaliser encore davantage l'économie touristique de notre pays», a-t-il notamment relevé. Page 3

■ Radisson comblera une lacune à Lucerne. L'ouverture au mois de juin 2006, deux mois avant le Festival international de musique classique, du troisième hôtel Radisson de Suisse à Lucerne, à proximité du lac des Quatre-Cantons, de la gare et du Centre de la culture et des congrès, comblera une lacune. En effet, la capitale de la Suisse centrale ne disposait pas jusqu'ici d'un hôtel 4 étoiles qui soit à la fois central et doté d'une infrastructure pouvant accueillir des congrès. Avec ses 165 chambres et ses huit salles de réunion d'une capacité de 13 à 135 personnes, le nouvel Hôtel Radisson de Lucerne entend également se positionner dans le segment du tourisme d'affaires. Page 9

LES GENS



■ La directrice de l'Hôtel du Lac à Vevey, Denise Genoud, est décédée la semaine dernière à la suite d'une maladie à l'âge de 55 ans. Hôtelière fribourgeoise, diplômée du séminaire SSH de chef d'entreprise, Denise Genoud a notamment débuté sa carrière professionnelle à l'Hostellerie de Caux, avant de se rendre à Genève où elle travaillera à l'Hôtel Ramada et à l'Hôtel Penta. Toujours à Genève et durant près de vingt ans, elle œuvrera alors en qualité de sous-directrice de l'Hôtel de la Cigogne. Il y a deux ans, elle manifesta le désir de prendre la direction «d'un hôtel personnalisé et à taille humaine». Cette occasion se présenta à l'Hôtel du Lac à Vevey dont elle prit la direction en janvier et où elle devait mener à bien sa rénovation et sa réouverture prévue en juillet 2006. «Sa maladie lui a malheureusement ravi son rêve», dira Michel Vaclair, l'administrateur de la société exploitante de l'hôtel veveysan. MH

IMPRESSUM

htr hotel + tourisme revue L'hebdomadaire pour l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Editeur: hotelleriesuisse
Mombijoustrasse 130
case postale
3001 Berne

Responsable des médias: Christian Santschi.

Rédaction:
Rédactrice en chef: Marietta Dedual (MD).
Responsable du Cahier français et rédacteur en chef adjoint: Miroslaw Halaba (MH).
Rédacteur: Laurent Misbauer (LM).

Correspondants:
Jean-Jacques Ethnoz (JJE), Vevey;
Danielle Emery Mayor (DEM), Valais;
Valérie Marchand (VM), La Chaux-de-Fonds;
Véronique Tanerg (VT), Genève;

Organs partenaires:
- Association Suisse des Managers en Tourisme (ASMT)
- Association suisse des experts diplômés en Tourisme (TOUREX)
- Association suisse des hôteliers-restaurateurs diplômés SSH (ASH)
- Swiss Congress & Incentive Bureau (SCIB)
- Swiss Partner pour le tourisme de groupes
- Association des Espaces Thermaux suisses (AETS)
- Bienvenue Suisse
- Swiss International Hotels (SIH)
- Amicale Internationale des Sous-Directeurs et Chefs de Réception des Grands Hôtels (AICR).

Contacts:
Adresse: Mombijoustrasse 130,
case postale, 3001 Berne.
Rédaction: (Lettres de lecteurs, Les Gens etc.)
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24,
E-Mail: redaktion@htr.ch
Abonnements:
Tel. 031 740 97 93, fax 031 740 97 76,
E-Mail: abo@htr.ch
Annonces:
Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@htr.ch
Publicité:
Tel. 031 370 42 42, fax 031 370 42 23,
E-Mail: inserate@htr.ch
Internet: www.htr.ch

Impression:
Bühler Grafino AG, Druckzentrum Berne.
Trage 11'157 Ex. contrôlé REMP 2003,
20'000 Ex. Imprimés.
Prix de vente: (TVA inclus)
Vente au numéro Fr. 4.30, Abonnement 1 an
Fr. 145.-
ISSN: 1424-0440

Fondé en 1892

Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.

stellen revue

marché de l'emploi



DER GRÖSSTE STELLENMARKT DER BRANCHE | LE PRINCIPAL MARCHÉ DE L'EMPLOI DE LA BRANCHE

www.gastrosuisse-jobservice.ch

Die Stellenbörse für Gastro-Profis auf allen Stufen in allen Bereichen

GastroSuisse Job Service
Blumenfeldstrasse 20
CH-8046 Zürich
Tel. 044 377 55 35
Fax 044 377 55 90
E-Mail: jobservice@gastrosuisse.ch

Hotel Restaurant Catering

randstad
flexible work solutions

Wir suchen laufend Hotel- und Gastroprofis

www.randstad.ch
Randstad (Schweiz) AG,
Schaffhauserstrasse 340,
8050 Zürich, Tel. 01 317 56 56
Aarberggasse 35,
3001 Bern, Tel. 031 328 65 65

New Challenge
Personalberatung & Vermittlung

Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Für Kader- und Fachstellen in bestausgewiesene Hotel- und Gastronomie-Betriebe.

Gabriela Weber
Telefon 01/201 24 66
Seestrasse 160, 8002 Zürich
E-Mail: newchallenge@bluewin.ch

Grösstes Stellenangebot – top aktuell im Internet

Beratung Selektion Vermittlung

Gastro ob

Zürich 079 779 53 79 Luzern 041 418 23 33
info@gastrojob.ch

hotel+tourismus revue

INHALT / SOMMAIRE	
Kaderstellen	2 – 4
Deutsche Schweiz	2 – 9
Svizzera italiana	10
International	10
Stellengesuche	–
Suisse romande	10
Marché international	10
Demandes d'emploi	–

Gsell & Partner
Kompetenz in Hotellerie und Restauration

Berge und Tal, kristallklare Seen, urbane Lebensqualität in prickelnder Höhe und über allem ein atemberaubendes Hotel:

Für ein erfolgreiches **Boutique-Hotel der Extraklasse** (22 Suiten und Zimmer, grosser Wellnessbereich, kein Restaurationsbetrieb) suchen wir

Gastgeber / Gastgeberpaar

mit feinem Sensorium für zelebrierte Gastfreundschaft, glänzenden Ideen und Innovationsgeist. Als stilvolle Gastgeber mit Herz pflegen Sie ein kompromissloses Qualitätsdenken und -Handeln, als jüngere Unternehmerpersönlichkeit setzen Sie Ihre Energie gerne dafür ein, das Hotel nachhaltig weiter zu entwickeln. Es macht Ihnen viel Spass, selbst Hand anzulegen und Sie verstehen es, das Hotel Ihren Gästen als Gesamtkunstwerk zu kommunizieren. Sie sind spontan und offen, führungs-gewandt und naturverbunden. **Eintritt spätestens per 1. Dezember 2005.**

Fachleute mit Leidenschaft für das Aussergewöhnliche senden ihre kompletten Bewerbungsunterlagen an Urs Gsell.

Gsell & Partner GmbH | Pilatusstrasse 3a & 5 | 6003 Luzern
Telefon +41 (0)41 220 2000 | Telefax +41 (0)41 220 2001
info@gsellundpartner.ch | www.gsellundpartner.ch

Swiss Re

Front-Office-Mitarbeiter/-in

Ihre Human Resources
Kontaktperson:
Barbara Jaggi-Walthard

Swiss Re
Mythenquai 50/60
8022 Zürich
Telefon +41 43 285 2519

Bitte bewerben Sie sich nach
Möglichkeit via Internet:
www.swissre.com
(Careers > Open positions)

Ihre Aufgaben
Swiss Re Guest Services ist eine Tochtergesellschaft von Swiss Re und führt deren Mitarbeiter- und Gästerestaurants sowie den Hotel- und Restaurationsbetrieb des Centre for Global Dialogue. Als Front-Office-Mitarbeiter/-in sind Sie das Augengesicht des Unternehmens im Centre for Global Dialogue in Rüslikon. Sie empfangen und betreuen unsere Gäste und Besucher und vermitteln durch Ihre professionelle und zuvorkommende Art eine angenehme und einladende Atmosphäre. Zudem arbeiten Sie gerne in einem internationalen und multikulturellen Umfeld.

Ihr Profil

- abgeschlossene Fachausbildung im Hotel- oder kaufm. Bereich
- Berufserfahrung in sehr guten Hotels
- hohes Dienstleistungsbewusstsein, gepflegtes Auftreten
- diskrete, zuverlässige und teamorientierte Persönlichkeit
- gute Sprachkenntnisse (D und E; F von Vorteil)
- Kenntnisse des Hotel-Informationssystemsystems FIDELIO von Vorteil

Tertianum
HORGEN

Am 1. Mai 2006 wird das TERTIANUM Horgen eröffnet. Eine aussergewöhnliche Seniorenresidenz, mit 69 Appartements und 21 Pflegezimmern, – neben dem Spital Zimmerberg – in ruhiger Umgebung, teilweise mit Blick auf den See.

TERTIANUM steht für eine Alterskultur, die Vertrauen und menschliche Wärme jedem Gast auf natürliche Art entgegenbringt. Im Alltag ist für uns die Lebensqualität unserer Gäste ein Muss.

Zur Eröffnung per 13. März 2006 suchen wir eine

Leitung Hotellerie

Diese anspruchsvolle Stelle umfasst die Leitung des Restaurants und des Speisesaals auf der Pflegeabteilung, sowie die Reinigung der gesamten Infrastruktur.

Wir erwarten:

- Ausbildung als Hauswirtschaftliche Betriebsleiterin (HBL FA)
- Fundierte Erfahrung in Gastronomie und Reinigung
- Mehrjährige Führungserfahrung in ähnlichem Betrieb
- Sehr gute Umgangsformen
- Gepflegtes Erscheinungsbild
- Freude an der Arbeit mit älteren Menschen

Wünschen Sie Abwechslung, Selbstständigkeit und Wertschätzung in einem angenehmen Umfeld? Schätzen Sie eine anspruchsvolle Kundschaft und haben ein hohes Qualitätsbewusstsein?

Wenn ja, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie Ihr Dossier mit den üblichen Unterlagen und Foto bis am 21. Oktober 05 an:

TERTIANUM Zollikerberg · Jasmin Mirjam Höllner
Sennhofweg 23 · 8125 Zollikerberg

Direktor (-in)

Ein anspruchsvoller Karriereschritt für erfolgreiche Bewerber, die unternehmerisch denken und eine faszinierende Zukunft anstreben.
Oder: für einen gut ausgebildeten Vizedirektor, der für neue Aufgaben bereit ist.

Das Valbella PANORAMA Hotel
erfüllt alle Ansprüche unserer Gäste. Die 40 Suiten sind für ein *** Hotel einmalig.

Die Aufgabe erfordert Führungserfahrung und solides Können im Bereich Administration und Controlling. Wenn Sie den Willen und die Fähigkeit haben, diese Herausforderung auf den Winter 2005/06 oder später anzunehmen, sollten Sie uns eine komplette Bewerbung zustellen.

PANORAMA Hotels AG
Alexanderstrasse 18, 7000 Chur
z.H.von Hr. Paul J. Böttschi, Präsident. des VR.

PANORAMA
HOTELS

HOTEL SEEROSE
CLASSIC & ELEMENTS

Das Hotel Seerose am Hallwilersee hat Tradition. Als beliebtes Ausflugsziel ebenso wie für Seminare oder Bankette. Mit dem im Mai 2003 eröffneten 4-Sterne Designhotel ELEMENTS schreibt es weiter Geschichte. Gesamthaft 60 Zimmer sowie Seminar- und Bankettsäle von 10 bis 250 Personen stehen zur Verfügung.

Wir suchen per sofort ein
TEAMMITGLIED HOTEL & SEMINAR

Sie haben bereits Erfahrung an der Hotelreception gesammelt, beherrschen das Hotel-Programm Fidelio und sind gewandt in der deutschen Korrespondenz. Sie sind der Ansprechpartner unserer Hotel- und Seminar Gäste und erfüllen mit Herzlichkeit und Begeisterung die Wünsche während des Aufenthaltes. Es erwartet Sie ein junges dynamisches Team in einem aussergewöhnlichen Turmhotel. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Adressieren Sie Ihre Bewerbung per Post oder Mail bitte an, Herr Mario von Schroetter: mschroetter@seerose.ch

HOTEL SEEROSE AM HALLWILERSEE 5616 MEISTERSCHWANDEN
TEL. +41 (0)56 676 68 68 FAX +41 (0)56 676 68 88
WWW.SEEROSE.CH HOTEL@SEEROSE.CH

Making people successful in a changing world

0848 654 321

www.adecco.ch
Adecco
HOTEL & EVENT



SV
catering & services



SV Schweiz ist die nationale Marktleaderin in der Gemeinschaftsgastronomie. Als professionelle Gastgeberin bringen wir Genuss und Wohlbefinden in den Alltag unserer Gäste. Für das Geschäftsfeld **SV Business** suchen wir per 1. November 2005 oder nach Vereinbarung zwei

Restaurant Verantwortliche

80-100%.

Für unsere beiden Personalrestaurants, KEYMILE AG in Bern-Liebefeld und die Kantonale Verwaltung in Bern, suchen wir je eine/n Restaurantverantwortliche/n. Wir übergeben Ihnen die Verantwortung für den Betriebsablauf, die Mahlzeitenproduktion (nur in der Kant. Verwaltung, KEYMILE wird angeliefert), den Verkauf sowie das Erreichen der vereinbarten Ziele und des Budgets. Gästebetreuung, Mithilfe im Service, Sicherstellung eines innovativen und abwechslungsreichen Angebots, die Menüplanung sowie der Einkauf gehören ebenfalls zu Ihren Aufgaben genauso die Kontrolle und die Mithilfe bei der Einhaltung der Hygienevorschriften, des Lebensmittelgesetzes und der ISO-Normen. Auf Sie warten eine herausfordernde Tätigkeit sowie gute interne Weiterbildungsmöglichkeiten.

Ihr Profil

- wenn möglich abgeschlossene Berufslehre als Koch
- laufende Aus- u. Weiterbildung (Hotelfachschule v. Vorteil)
- Berufs- und Führungserfahrung
- kreativ, innovativ und kundenorientiert
- einsatz- und kommunikationsfreudig
- sehr gute Administrations- sowie PC-Kenntnisse
- unternehmerisches Denken und Handeln

Wir bieten

- permanente Aus- und Weiterbildung
- Entwicklungsmöglichkeiten
- überdurchschnittliche Sozialleistungen.

Manuel Portmann, Human Resources Consultant, erteilt Ihnen gerne weitere Auskünfte, Tel. +41 43 814 1440. Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:

SV (Schweiz) AG
Manuel Portmann
Human Resources Consultant
Memphispark
Postfach
Wallisellenstrasse 57
CH-8600 Dübendorf 1



Kurt Schindler AG Seit 1980
Kaderselektion, Unternehmensberatung

Seniorenresidenz

Mit rund 140 Appartements, einer optimal ausgebauten Pflegeabteilung und einem Restaurationsbetrieb gehört unsere Mandantin zu den führenden Seniorenresidenzen in der Region Bern.

Im Zuge der geplanten Nachfolgeregelung anfangs 2006 sind wir beauftragt, eine 35- bis 45-jährige engagierte Führungspersönlichkeit als

Geschäftsführer/in

zu rekrutieren.

Mit einem Team von rund 90 Mitarbeitenden sind Sie verantwortlich für die Führung der operativen Tagesgeschäfte. Zusätzlich wirken Sie bei der strategischen Unternehmensplanung und deren Realisierung mit und sind zuständig für die Umsetzung von Planungen, Budgets und Projekten. Zielsetzung dieser anspruchsvollen Position ist die Sicherstellung eines auf die Anforderungen und Bedürfnisse der Bewohner und Bewohnerinnen der Appartements und der Pflegeabteilung sowie der Gäste ausgerichteten Betriebes.

Sie verfügen über eine hohe Sozialkompetenz, über eine fundierte kaufmännisch/betriebswirtschaftliche Ausbildung, ausgewiesene Führungserfahrung sowie Praxis in der Gastronomie und/oder im Gesundheitswesen. Ihr unternehmerisches Denken und Ihre situationsgerechte Kommunikation sprechen ebenso für Sie wie Ihre Freude am Umgang mit Menschen, insbesondere älteren Menschen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann setzen Sie sich bitte mit Herrn Kurt Schindler telefonisch oder schriftlich in Verbindung. Kennziffer 60305. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Kurt Schindler AG
3074 Muri b. Bern · Ammannstrasse 3 · Telefon 031/951 51 33 · Fax 031/951 22 16
E-Mail: info@kurt-schindler.ch · www.kurt-schindler.ch
Geschäftsstellen in Zürich und St. Gallen
Partner of **aims** International Management Search



BEREST AG
Unternehmensführung, Beratung und Treuhand für Hotels und Gastronomie

Die Chance

Für einen anspruchsvollen 3-Stern-Ganzjahresbetrieb in der Ostschweiz suchen wir Sie als:

Betriebsassistent/-in

Sie ergreifen die Verantwortung und helfen mit, das moderne Ferien- und Seminarhotel mit gepflegter Gastronomie erfolgreich in die Zukunft zu führen.

Engagement und Durchsetzungsvermögen sind Ihre Stärken und Sie bestechen durch Ihren gepflegten, attraktiven Auftritt. Sie haben eine Hotelfachschule abgeschlossen oder eine vergleichbare Ausbildung und einige Jahre Branchen- und Führungserfahrung gesammelt. Ihr lückenloser Berufsweg weist erste beachtliche Erfolge in KMU-Betrieben vor.

Ihren Einsatz für Haus und Gäste wird durch interessante Verdienstmöglichkeiten, ein tolles Team und das Wirken in einer ländlichen Umgebung mit hoher Lebensqualität belohnt. Wir sind gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen.

Johann Rudolf Meier
BEREST AG
jr.meier@berest.com
www.berest.com

Thannerstrasse 30 • 4009 Basel
Telefon 061 228 95 55
Fax 061 228 95 59



MÖVENPICK
Hotels & Resorts

Für unser **** Mövenpick Hotel in Egerkingen, mit 138 Zimmern suchen wir nach Vereinbarung eine engagierte, kommunikationsfreudige Persönlichkeit als

Front Office Manager (m/w)

Ihre Hauptaufgaben beinhalten die Reservationsüberwachung, Gästebetreuung und die Führung und Schulung des Front Office Teams.

Für diese anspruchsvolle und sehr vielfältige Tätigkeit erwarten wir eine mehrjährige Berufserfahrung am Front Office in einer Führungsposition. Fremdsprachen wie Englisch und Französisch können Sie täglich anwenden.

Sie sind sehr selbständig, tragen gerne Verantwortung, sind zudem offen, initiativ, belastbar und organisieren gerne? Dann sind Sie die richtige Person für uns.

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen und stehen für weitere Auskünfte zur Verfügung.

Mövenpick Hotel Egerkingen
Isabelle Nowak, Personalleiterin
Höhenstrasse 12
4622 Egerkingen
Tel. 062 389 19 31
isabelle.nowak@moevenpick.com

Sind Sie:
jung,
dynamisch,
kreativ,

Küchenchef

oder wollen es werden?

Wir suchen für ein etabliertes Fischrestaurant im Raum Zürich eine Person mit folgenden Stärken:
Erfahrung in renommierten Häusern, Führungsqualitäten, Rezeptur, hohe Ansprüche an die Hygiene und Fähigkeitsausweis für Lehrlingsausbildung.

Eintritt nach Vereinbarung.

Bewerbungen bitte unter Chiffre 168320 an *hotel + tourismus revue*, Postfach, 3001 Bern.

Hôtel * à Montreux**
cherche de suite

un/une directeur(trice)

Vous recherchez:
- un poste immédiatement disponible
- une possibilité de prendre part activement au développement de l'hôtel
- une rémunération en fonction de votre engagement et des résultats.

Si vous êtes au bénéfice d'un certificat de capacité, n'hésitez pas à envoyer votre offre avec copies de certificats et curriculum vitae à:

Doltec SA, Bd Pérolles 7, case postale 422, 1701 Fribourg, Tél. 026 321 28 19, Fax 026 321 28 18



Sonne
DIE AUSSERGEWÖHNLICHE

Für unser Themenrestaurant suchen wir folgende motivierte Mitarbeiter:

■ **Teamleiterin Service** ■
(Anfangskader)

Fun und Lifestyle gelten nicht nur für unsere Gäste, sondern auch für unsere Mitarbeiter/-innen, die mit Ihrem Stil unser Restaurant mitgestalten wollen. Trendig, schrill, ungewöhnlich ist unser Konzept. Ungewöhnlich kreativ, kooperativ, kommunikativ sind Sie mit viel Feeling, Power und einem guten Background.

sowie zur Ergänzung unseres Teams

■ **Servicearbeiterin** ■
■ **Barmitarbeiterin** ■
(auch Teilzeit möglich)

LOOKING FOR A NEW CHALLENGE?

Senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen z.Hd. Herrn M. Marcon an folgender Adresse:

Restaurant Sonne
am Sonnenplatz · 6020 Emmenbrücke
mit Chickeria, Thai Orchid, Sun Pub, New York Cafe, Bankett-, Konferenz- und Seminarräume
Telefon 041 260 64 44 · Fax 041 260 69 50



M's GOLDENER WAGEN
Gastwirtschaft Wintergarten

«Herzlichen Dank, wir haben bei Ihnen eine wunderbare Zeit verbracht. Die Küche hat uns königlich verwöhnt, der Service war hervorragend und - und wir kommen gerne bald wieder!»

Damit unsere Gäste dies auch weiterhin sagen, suchen wir Sie

als Küchenchef m./w.

Sie sind: K-a-L «J+W», I, K + Q-b.
Th: F-S: K, TO «B!»
Wir sind: K-H- und uns fehlt nichts: ausser Ihnen!

Rufen Sie uns an oder schicken Sie uns Ihre Unterlagen.
Wir freuen uns auf Sie.
Hans + Madeleine Mandl und s'ganzi Wage-Team

6208 Oberkirch, Telefon 041 921 21 42
www.goldener-wagen.ch



DOMINO GASTRO
Ihr Personal-Profi

Die Startlöcher für Gastronomie-Fachleute
Kader, Réception, Küche, Service und Hauswirtschaft

Die Wintersaison ist eröffnet. Melden Sie sich! Jetzt!

GR: Davos, Arosa, Films 043 960 31 51
Engadin: St. Moritz
Pontresina 043 960 31 53
BE-Oberland: Interflaken
Grindelwald, Gstaad 043 960 31 55
Wallis: Zermatt, Saas Fee
Romandie 061 261 56 50
Zentral-CH: Engelberg, Rigli 055 415 52 84

www.dominogastro.ch
personal@dominogastro.ch
wir vermitteln Menschen...

DOMINO GASTRO

Hotel* Toggenburg Wildhaus**

Für unser Familienhotel mitten in einem tollen Skigebiet, suchen wir auf Dezember 2005 in Saison- oder Jahresstelle junge, aufgestellte und teamfähige Mitarbeiter:

Chef de partie/ Anf. Sous-chef
Pizzaiolo
GAF
HOFA/Anf. Gouvernante

Haben Sie Lust in einem gut eingespielten Team mitzuarbeiten, dann senden Sie uns bitte Ihre Bewerbungsunterlagen oder rufen Sie uns einfach an.

Hotel Toggenburg
 Peter Arn, Dir.
 9658 Wildhaus
 Tel. 071/ 998 50 10

168304



Unique (Flughafen Zürich AG) betreibt die national und international etablierte Verkehrs- und Begegnungsdrehscheibe der Schweiz - den Flughafen Zürich. Wir bieten interessante und vielseitige berufliche Herausforderungen in diesem einzigartig spannenden Arbeitsumfeld.

Leiter/in VIP Service

Das Team «Consumer Products & Services», welchem der VIP Service angehört, zeichnet sich für verschiedene Serviceleistungen am Flughafen Zürich verantwortlich. Der VIP Service richtet sich an Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft, Prominenz und Adel, aber auch Privatpersonen mit überdurchschnittlichen Ansprüchen an Komfort, Diskretion und Zeitmanagement.

Ihre Aufgaben:

- Betreuung von VIPs vor Ort
- Organisation und Koordination von VIP-Betreuungen an Grossanlässen und Events (WEF, Staatsanlässe usw.)
- Partnerschaftspflege (Regierungen, Firmen & Veranstalter)
- Koordination der VIP-Betreuung mit Flughafenpartnern (Polizei, Zoll, Handlungsgagenten und Airline)
- Mitarbeiterführung
- Allgemeine organisatorische und administrative Aufgaben
- Akquisition und Verkauf

Unsere Anforderungen:

- Kaufmännische Ausbildung im Dienstleistungssektor oder Abschluss als Luftverkehrsangestellte/r, Flight Attendant
- Mehrjährige Erfahrung im internationalen Umfeld (vzw. Flughafen)
- Erfahrung im Umgang mit anspruchsvollen Passagieren, VIPs
- Erfahrung im Ticketing- und Reservationsbereich
- Führungserfahrung
- Marketing- und Dienstleistungsorientiertes Denken
- Gepflegte Erscheinung mit positiver Ausstrahlung und sicherem Auftreten
- Sehr gute Umgangsformen und Organisationstalent
- Ausgezeichnete Sprachkenntnisse in D, F und E (fließend), weitere Sprachen von Vorteil
- Versierte Office-Anwenderkenntnisse
- Flexible, zuverlässige und belastbare Persönlichkeit ab 30
- Bereitschaft zur Schicht- und Wochenendarbeit
- Führerausweis der Kategorie B

Interessiert? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung an:

Unique (Flughafen Zürich AG)
 Human Resources, Emanuela Scarafile
 Postfach, 8058 Zürich-Flughafen
 Telefon 043 816 26 68
 emanuela.scarafile@unique.ch

Weitere Stellen finden Sie unter unique.ch/jobs



hotellerieuisse ist die Herausgeberin der wöchentlich erscheinenden, zweisprachigen hotel-tourismus revue htr, der führenden Fachzeitschrift für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus, mit dem grössten Stellenanzeiger der Branche.

Zur Verstärkung unseres Verkaufsteams suchen wir per 1. Januar 2006 oder nach Vereinbarung eine/n engagierte/n

Kundenberater/-in Anzeigenverkauf Print/Online

Ihre Hauptaufgaben:
 Sie betreuen und entwickeln die bestehenden Kundenreise für das Hauptblatt, die Specials htrPlus sowie für das Online-Branchenportal www.htr.ch. Die Akquisition von Neukunden gehört ebenso zu Ihrem Verantwortungsbereich wie die selbstständige Planung und Durchführung der Kundenkontakte. Die Arbeit im Aussendienst beinhaltet ca. 60 Prozent Ihrer Aufgaben und schliesst den Ausbau der Kundschaft in der Westschweiz ein. Das Offerwesen, die Nachfassaktionen sowie das Reporting runden das Aufgabenspektrum ab.

Ihr Profil:
 Sie bringen mehrjährige Erfahrung im Anzeigenverkauf (vorzugsweise Fachverlag) mit und können Ihre steilen Erfolge nachweisen. Als selbstständige, zielorientierte und abschlussstarke Persönlichkeit ist für Sie ein selbstsicheres und gepflegtes Auftreten selbstverständlich. Gute Anwenderkenntnisse und Gewandtheit im Umgang mit den Office-Applikationen zeichnen Sie aus. Ihre perfekte Kommunikationsfähigkeit in Deutsch und verhandlungssicherem Französisch (mündlich und schriftlich) machen Sie zu einer kompetenten Ansprechperson. Sie besitzen den Führerausweis und sind idealerweise zwischen 25 und 35 Jahre alt. Die Begeisterung für Hotellerie und Tourismus runden Ihr Persönlichkeitsprofil ab.

Wir bieten Ihnen ein interessantes und abwechslungsreiches Aufgabenspektrum in einem spannenden Umfeld, moderne Infrastruktur und gute Sozialleistungen. Sie profitieren von einer sorgfältigen Einführung und Unterstützung durch einen gut funktionierenden Innendienst.

Für weitere Auskünfte stellt Ihnen Herr Oliver Egloff, Anzeigenleiter, telefonisch unter 031 370 42 49 oder per E-Mail (oliver.egloff@htr.ch) gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung

hotellerieuisse
 Manuela Beyeler
 Human Resources
 Monbijoustrasse 130
 Postfach, 3001 Bern
 manuela.beyeler@hotellerieuisse.ch
www.hotellerieuisse.ch

168277

arena hotel steinmattli

Wir sind ein modernes ****-Ferienhotel mit lockerer Atmosphäre, 56 komfortablen Zimmern im Herzen von Adelboden.

Eintritt zur Wintersaison:
 Réception mit Fidelio 7.12

1. Réceptionist/in mit Erfahrung

Restaurant/Saal:
Saal-Oberkellner/in
Barmaid
Servicemitarbeiterin

Küche:
Koch in kleine Brigade

Hauswirtschaft:
Hotelfach-Assistentin

Wir würden uns über Ihre Unterreden freuen:

arena hotel steinmattli****
 Rudolf + Anita Hauri
 3715 Adelboden
 Tel. 033 673 39 39
 Fax 033 673 39 39
www.arena-steinmattli.ch

Adelboden
 Prunigen
 168111

Grand Hotel Bellevue

Luxuriöses 5-Stern Hotel, 57 Zimmer und Suiten, à la carte Restaurant "Coelho" (14 Gault/Millau), Gourmet-Restaurant "PRADO" (16 Gault/Millau), Hotelbar mit Pianist, Jazz-Bar mit Live-Musik, Degustations-Weinkeller mit Caramelot, Privatkino und einem 2'500 m² grossem Wellnessbereich mit Hallenbad, Beauty Center und Coiffeur.

Unser junges, internationales Team braucht Verstärkung. Für die kommende Wintersaison oder nach Vereinbarung in Jahresstelle suchen wir noch folgende motivierte und sprachgewandte Mitarbeiter:

- Personalverantwortliche/r**
- 2. Chef de Réception m/W (D/E/F)**
- Junior Sous-Chef**
- Chef de rang (Roomservice)**
- Commis de rang**
- Barman / Barmaid (Chef de rang)**
- Hofa (Etagé)**
- Masseur/in**

Ilse Wichman, Mitglied der Geschäftsleitung, freut sich über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (mit Foto).

Grand Hotel Bellevue****
 CH-3780 Gstaad II Tel +41-(0)33-748 00 00 II Fax +41-(0)33-748 00 01
 sekretariat@bellevue-gstaad.ch II www.bellevue-gstaad.ch 168208

HOTEL ST. GOTTHARD ZÜRICH

In unserer traditionsreichen «Hummer- und Austern-Bar» und in der neu eröffneten «Brasserie La Bouillabaisse» im Herzen der Stadt Zürich erfüllen wir die hohen kulinarischen Ansprüche unserer internationalen Kundschaft.

Da nur ein exzellenter Service die Vorzüge der Küche perfekt zur Geltung bringen können, suchen wir zur Verstärkung unseres Food & Beverage-Teams: ab sofort

Commis de rang mit Flair für die französische Küche, Meeresfrüchte und zum Austernöffnen!

Wir erwarten:
 Mehrjährige A-la-carte-Service-Erfahrung, freundliches, gepflegtes und zuvorkommendes Auftreten; Sprachkenntnisse D/E/F

Für die F & B Outlets Hummer- und Austern-Bar Brasserie «La Bouillabaisse» und Frühstücks-Abteilung suchen wir nach Vereinbarung:

Service-Praktikant/in
 (Deutschkenntnisse obligatorisch in Wort und Schrift)

Wir erwarten:
 Freundliches, gepflegtes und zuvorkommendes Auftreten, Sprachkenntnisse E und F.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

HOTEL ST. GOTTHARD, ZÜRICH
 Oskar Schönbeck
 Food & Beverage Manager
 Bahnhofstrasse 87
 8023 Zürich
 Tel. 044 227 76 70
fbmanager@hotelstgotthard.ch

168321

MANZ PRIVACY HOTELS

FEEL THE DIFFERENCE . . .

HOTEL ELITE GARNI ZERMATT ***

COUNTRY BAR

ZERMATT

Für unser familiäres ***Hotel im Herzen von Zermatt suchen wir ab 1.11.05 in Saison- oder Jahresstelle

Réceptionist/in/Hotelsekretärin
 sprachenkundig D, F, E

Lieben Sie selbständiges Arbeiten sowie den Kontakt mit internationalen Gästen?

Dann sind Sie bei uns richtig und wir freuen uns auf Ihren Anruf oder auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto.

Direktion Familie Grand-Julien
HOTEL ELITE UND COUNTRY BAR
 CH-3920 Zermatt
 Natal 079 285 69 10

168311

KULTUR- UND KONGRESSZENTRUM LUZERN **KKL** **LUZERN**

leiterin veranstaltungsgastronomie

Führungserfahren? www.kkl-luzern.ch

KKL culture convention cuisine
 168298 experience

RÉSIDENCE BERNERHOF HOTELS

Für unser 2**-Hotel im Berner Oberland suchen wir für die kommende Wintersaison 2005/06 (evtl. Verlängerung für Sommersaison möglich):

Küche: Schweizer Spezialitäten-Küche à la carte/Halbpension

Commis de cuisine (m) Jungkoch (m)
 Service: à la carte und Pizzeria

Servicemitarbeiter (24-34 J.)
 erforderliche Sprachen Deutsch und Englisch

Pizzeria: mit 60 Sitzplätzen elektrischer Ofen

Pizzaiolo (26-35 J.)
 mit Berufserfahrung

House- Zimmerreinigung/
 keeping: Lingerie

Zimmerfrau

Praktikant (m)
 Anstellung für mind. 1 Jahr, D/E/F in Schrift und Sprache sind Voraussetzung; Arbeiten in diversen und interessanten Bereichen wie: Front- und Backoffice sowie Service und Buffet.

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung.

RESIDENCE & BERNERHOF HOTELS
 Familie Schweizer, CH-3823 Wengen
 Tel. 033 855 27 21
 Fax 033 855 33 58
 E-Mail: bernerhof@wengen.com

168305

BEREST AG

Unternehmensführung, Beratung und Treuhänder für Hotels und Gastronomie

Wir sind eine Verwaltungs- und Management-Gesellschaft für gastronomische Betriebe in der Deutschschweiz und bieten Ihnen eine vielversprechende Chance für Ihre Karriere!

Ihr Sprungbrett in eine erfolgreiche Zukunft? Ihr eigener Chef sein?

Dazu gehört Disziplin, Durchhaltevermögen, Flexibilität und Spass am Umgang mit Menschen!

Für einen Bar/Pub-Betrieb in der Nordwest-Schweiz suchen wir eine/n

Geschäftsführer/in

Sie sind jung, einsetzbar, topmotiviert und wollen einen weiteren wichtigen Schritt in Ihrer Zukunftsentwicklung unternehmen? Dann sollten Sie uns Ihr Dossier direkt zusenden.

BEREST AG
 Thomas Burri
 t.burri@berest.com
www.berest.com

168329
 Thannerstrasse 30 • 4009 Basel
 Telefon 061 228 95 55
 Fax 061 228 95 59



Unser junges Team braucht Verstärkung.
Gesucht nach Vereinbarung

GF-Assistent/in

- Die Hauptaufgaben umfassen:
- Gastgeberfunktion/Serviceleitung
 - Einsatzplanung Service
 - Bestellwesen Non-Food/Beverages

Qualitätsbewusstsein und Belastbarkeit, selbstständige, teamfähige und schnelle Arbeitsweise sind ideale Voraussetzungen für unseren lebhaften Betrieb. Wohnsitz in der Region Frauenfeld oder im Umkreis von 20 km ist Bedingung.

Sind Sie zwischen 25 und 35 Jahre jung, haben eine Gastronomie-Lehre im Service oder Küche absolviert, dann erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung an:

Brauhaus Sternen
Roman Halbheer
Hohenzornstrasse 2
8500 Frauenfeld
roman.halbheer@brauhaus.ch

Mehr Infos unter: www.brauhaus.ch

168318



Schützenhaus Albisgütli

Bankett- und Kongresszentrum
Uetlibergstr. 341 • 8045 Zürich
Telefon 043 333 30 00 • Fax 043 333 30 01
www.albisguetti.ch

Wir suchen auf 1. November 2005 oder nach Vereinbarung eine/n

Chef de Service

Sie stehen einem Serviceteam von fünf bis zehn Mitarbeitern sowie drei Lehrlingen vor und sind verantwortlich für zwei Restaurants, die Gartenterrasse und diverse Banketträumlichkeiten.

Wir suchen:

Eine Gastgeberpersönlichkeit mit abgeschlossener Lehre als Servicefachangestellte/r und einigen Jahren Berufserfahrung als Chef de Service. Verantwortungsbewusstsein, natürliche Autorität, Führungskompetenz, Fachwissen, Humor und Belastbarkeit sind für diese Position ein absolutes Muss. Fremdsprachen-Kenntnisse sind von Vorteil.

Wir bieten:

Ein junges motiviertes Team, Weiterbildungsmöglichkeiten, ein Wirkungsfeld mit 1400 Sitzplätzen, zeitgemässe Entlohnung und ganz viel Arbeit...

Könnten wir Ihr Interesse wecken? Michèle Neuenschwander und Georg Tännler freuen sich auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto. Fragen beantworten wir gerne zwischen 10.00 und 18.00 Uhr unter Telefon 043 333 30 00.

168303

Haus der Stille und Besinnung



Stille
Besinnung
Bildung

Kategorie: Unikat

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der Evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen. Im ehemaligen Zisterzienserklöster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare und theologische Weiterbildungen statt. Wir suchen per 1. Januar 2006 oder nach Vereinbarung eine kommunikative und verkaufsorientierte Persönlichkeit im Bereich

Seminarkoordination (80-100%)

Ihr Aufgabengebiet: Sie sind Ansprechpartnerin der Seminarorganisation und -gäste vor Ort, während und nach der Veranstaltung. Sie sind verantwortlich für die Organisation, den Verkauf und die Administration des täglichen Seminar- und Tagungsgeschäftes. Sie unterstützen aktiv bevorstehende Werbemaßnahmen, gestalten unsere Website und beeinflussen das Wachstum des Betriebes nachhaltig.

Ihr Profil: Sie sind dienstleistungsorientiert und sprachgewandt (D/E/F), überzeugen durch ein sicheres und zuvorkommendes Auftreten, haben bereits Erfahrung in der Seminarkoordination (evtl. auch im Sales- und Marketingbereich) der Hotellerie, verfügen über fundierte EDV-Kenntnisse (MS Applikationen, Fidelio V8) und haben Freude am Verkauf der einzigartigen Klosteranlage Kappel am Albis.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit entsprechenden Kompetenzen und attraktiven Arbeitszeiten. Für Auskünfte steht Ihnen Jürgen Barth, Geschäftsführer (Tel. 044 764 88 10), zur Verfügung oder besuchen Sie uns unter www.klosterkappel.ch

Wir freuen uns auf Ihre überzeugenden Bewerbungsunterlagen mit Foto. Diese senden Sie bis 23.10.05 an: Evangelisch-reformierte Landeskirche, Harry Nussbaumer, Personaldienst, Blaufahnenstrasse 10, 8001 Zürich.

168269

SOLARIA

Ferriesiedlung * in Davos**

Unsere innovative Ferienanlage umfasst mit 220 Betten ein vielfältiges Wohnangebot – vom Studio über die Maisonette-Wohnung bis zur Panorama-Attikawohnung. Alle unsere Wohnungstypen sind einheitlich mit modernem Design eingerichtet. Mit ausgeprägtem Gästeservice betreuen wir unsere internationalen Gäste. Die zentrale Réception in der Anlage ist im Sommer wie im Winter täglich geöffnet; mit der Möglichkeit zur tageweisen Buchbarkeit, der täglichen Wohnungsreinigung, der Frühstückslieferung und unserem Solaria-Shuttle-Bus nennen wir nur ein paar unserer vielfältigen Dienstleistungen.

Nach vierjähriger wertvoller Tätigkeit macht unsere Leiterin Housekeeping den Schritt in die Selbstständigkeit. Nun suchen wir ab kommender Wintersaison eine hoch motivierte Persönlichkeit als

Leiterin Housekeeping in Jahresstelle, 100%

Sie verfügen über eine solide Grundausbildung und mehrjährige Berufserfahrung. Sie übernehmen gerne die Führungsaufgabe ihrer ca. 20 Mitarbeitenden. Sie bewahren auch in hektischen Zeiten einen kühlen Kopf. Sie sind ein Organisationstalent und eine überzeugende und motivierende Führungspersönlichkeit mit hoher Sozialkompetenz und Durchsetzungsvermögen. Das selbständige Arbeiten und ihr aktives Einbringen ist ihre tägliche Herausforderung. Sie verfügen über Sprachkenntnisse (D/E), sind eine geübte Verhandlungspartnerin mit Lieferanten und kennen sich mit der Arbeit am Computer aus (Word, Excel, Protel von Vorteil).

Auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto freut sich Frau Béatrice Müller Huber, Direktorin Ferriesiedlung Solaria, 7260 Davos-Dorf. Telefon 081 416 35 35, www.solaria.ch beatrice.mueller@solaria.ch



168326



HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEBE DER THERMALQUELLE AG
5330 ZURZACH

Für unser Unternehmen bestehend aus dem Kurhotel **** mit 69 Zimmern, dem Turmhotel *** mit 110 Zimmern, Restaurants und Seminarräumen suchen wir nach Vereinbarung eine

GOVERNANTE

In dieser Position sind Sie verantwortlich für die Führung des Hauswirtschaftsbereiches, die Mitarbeiterplanung, Motivation und Qualitätssicherung. Zusätzlich vertreten Sie die Chef-Governante bei deren Abwesenheit. Flair für Dekoration, Sinn für Ordnung und Sauberkeit sowie Freude am Umgang mit Menschen sind Voraussetzung für diese anspruchsvolle Position.

Wenn Sie über eine abgeschlossene Ausbildung als Hotelfachassistentin und mindestens 2 Jahre Berufserfahrung als Governante verfügen, sind Sie bei uns genau richtig. Es warten auf Sie ein eingespieltes Team und attraktive Anstellungsbedingungen.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Erste Fragen beantwortet Ihnen unsere Governante, Frau Karin Thomas, gerne am Telefon 056 265 27 45.

HOTEL- UND RESTAURATIONSBETRIEBE DER THERMALQUELLE AG ZURZACH
Frau Marianne Leu
Quellenstrasse 30
5330 ZURZACH
www.thermalquelle.ch

168319



Teamwork ist die Basis unseres **** Hotels mit 220 Betten in 110 Zimmern und Appartements, einer Seminarinfrastruktur bis max. 100 Personen, 4 Restaurants einer Café- und einer NachtBar, Unser Erlebnisbad und viele weitere Animations-Angebote, können von unseren MitarbeiterInnen kostenlos mitbenutzt werden!

Auf die kommende Wintersaison 2005/06 suchen wir zur Ergänzung unseres jungen und motivierten SchweizerHof-Küchenteams, welches vier Restaurants kulinarisch verwöhnt, noch folgende/n verantwortungsvolle/n und motivierte/n MitarbeiterIn:

Unser Küchenchef sucht Sie!
Chef Entremétier (mit Erfahrung)

Sie haben Lust auf eine echte berufliche Herausforderung? Dann sind Sie bei uns richtig!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung (mit Foto!)
Hotel SchweizerHof, Claudia Züllig-Landolt
CH-7078 Lenzerheide ++41(0)81 385 25 25
Internet: www.schweizerhof-lenzerheide.ch
E-Mail: info@schweizerhof-lenzerheide.ch

168296



Der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz sucht per 1. Dezember 2005 oder nach Vereinbarung eine/n

Gästeprojektleiterin/Gästeprojektleiter

die/der St. Moritz im täglichen Kontakt mit Gästen und Einheimischen professionell repräsentiert.

Sie bringen mit:

- abgeschlossene Berufsausbildung, vorzugsweise KV oder entsprechende Handlungsschulung
- gute Fremdsprachenkenntnisse in Deutsch, Italienisch und Englisch, Französischkenntnisse von Vorteil
- Routine im Umgang mit PC und MS-Office
- Freude am Umgang mit Menschen
- hohe Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Zuverlässigkeit
- ein gepflegtes, sicheres Auftreten
- ausgesprochene Teamfähigkeit
- Idealalter: zwischen 22 und 35 Jahren

Es erwarten Sie:

- vielfältige und verantwortungsvolle Aufgaben in einem zeitgemässen, technologischen Arbeitsumfeld
- ein junges, initiatives und dynamisches Team
- Kontakte zu Gästen und Einheimischen
- branchenübliche Anstellungsbedingungen

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis spätestens 28. Oktober 2005. Für weitere Auskünfte steht Ihnen Frau Tanja Oetiker gerne zur Verfügung (Telefon 081 837 33 19, Mail: tanja.oetiker@stmoritz.ch)

Kur- und Verkehrsverein St. Moritz
Via Maistra 12, 7500 St. Moritz
www.stmoritz.ch

168264



EINSTEIN HOTEL ****
ST. GALLEN

Im Herzen der Ostschweizer Metropole, der geschichtsträchtigen Stadt St. Gallen zwischen Appenzellerland und Bodensee, genießt das Einstein Hotel einen Ruf als erstklassiges Hotel. Zum Hotel gehören 113 Zimmer und Suiten, ein GaultMillau-Panorama-restaurant und diverse Räumlichkeiten für Seminare, Tagungen und Bankette. Ergreifen Sie jetzt diese aussergewöhnliche Chance und werden Sie ein ergänzender Teil des bestehenden Teams als:

Demi chef de partie
und

Commis de cuisine

Wir freuen uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

Einstein Hotel
Susanne Jungermann, Personalverantwortliche
Berneggstrasse 2, 9000 St. Gallen
Tel. 071 227 55 55
www.einstein.ch

168290



Für ein renommiertes 4Ster Hotel suchen wir, für die Wintersaison 2005/2006, im Raum Davos,

eine Gouvernante

Ihre Aufgaben:

- Verantwortung im Bereich Hauswirtschaft Gästebetreuung, Aufgabenverteilung
- Direkte Vorgesetzte der Zimmermädchen
- Verantwortung für die Sauberkeit der Zimmer und allgemeinen Räume

Ihr Profil:

- Grundausbildung Hauswirtschaft oder Hotelfachassistentin
- Gepflegtes Erscheineln
- Teamfähigkeit und Flexibilität
- Verantwortung und Zuverlässigkeit
- Sprachen: Deutsch, Englisch, ev. Italienisch

Wir bieten Ihnen:

- Wintersaisonstelle mit evtl. Weiterbeschäftigung
- Gute Entlohnung und Sozialleistungen
- Unterkunft vor Ort möglich
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Aufstiegsmöglichkeiten

Schriftliche Bewerbung an folgende Adresse:

ISS
Frauenstrasse 11, CH-7450 Davos
Gäuggelstrasse 11, CH-7450 Davos
Für Fragen Tel. 081 / 230 99 32

168322



Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir ab Wintersaison qualifizierte und einsatzfreudige Fachkräfte.

- Réception:**
- **Empfangssekretärin**
Hotelerfahrung, sprachgewandt (D/E/L/F) und initiativ
Flair im Umgang mit Gästen, unternehmerisches Denken, EDV-Kenntnisse
Jahresstelle. Eintritt November
 - **Night-Auditor**
mit guten Sprachkenntnissen, Hotel- und EDV-Erfahrung
- Hotelrestaurant**
- **Servicefachangestellte/Chef de rang m/w**
Service-Tourante für Ablösungen:
Saal, Restaurant und Bar
- Hotelbar**
- **Charmante Gastgeberin** für unsere Bar im Aufenthaltsraum mit Kamin und Pianomusik

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung (mit Foto).

Hotel La Margna, Fam. R. Schweizer-Pitsch, 7500 St. Moritz
Tel. 081 836 66 00, Fax 081 836 66 01
www.lamargna.ch E-Mail: info@lamargna.ch

168322

Für unsere moderne Cocktail- und Weinbar suchen wir eine charmante, sympathische, 20- bis 30-Jährige

Barmitarbeiterin

Wir stellen uns eine ca. 50%-Stelle vor, in der meist an Wochenenden gearbeitet wird.

Sarah und Felix Schibill freuen sich auf Ihre Bewerbung.

Sarah Schibill
Hotel Linde
5442 Fislisbach
Tel. 056 493 12 80
www.linde-fislisbach.ch

168285



www.barlind.ch **barlinde** Fislisbach



Wir stehen zu erstklassigen Kaderstellen

Chef de Reception/ Front Office Manager/in

Wir suchen für verschiedene renommierte und sicher nicht ganz alltägliche Hotels der 4/5* Kategorie in der ganzen Schweiz ausgewiesene Front-Office-Bewerber/innen, welche Ihre Karriere weiterbringen möchten und zudem in Häusern arbeiten möchten, die in der Schweizer Hotellerie Massstäbe setzen. Die einzelnen detaillierten Stellenbeschriebe sehen Sie auf unserer Homepage: www.horega.ch

Sales & Marketing Manager/in

Für eines der schönsten 5* Luxushotels in einem bekannten Ferienort in der Schweiz suchen wir eine/n Sales & Marketing Manager/in, welche/r zusammen mit der Directrice of Sales & Marketing dieses Haus im In- und Ausland verkauft und repräsentiert.

Sales Manager/in

Internationale Business-Hotels in der Region Bodensee sowie im Grossraum Zürich suchen für den lokalen und nationalen Markt im Segment Geschäftskunden/Seminar & Kongress eine/n Sales Manager/in mit Flair für überzeugende aber persönlich-engagierte Verkaufstätigkeit in diesem Kundensegment.

1. Hausdame

Eintritt Winter 2005/2006. Für ein grosses 5*-Hotel im Berner Oberland suchen wir eine ausgewiesene Bewerberin, welche die Verantwortung über das ganze Housekeeping eines 5*-Hotels übernimmt. Langfristige Dauerstelle – sorgfältige Einarbeitung ist gewährleistet.

Chef de Service (Dame oder Herr)

Neuenburgersee. Wir suchen für eines der führenden 4*-Hotels mit einem sehr gepflegten à la Carte Restaurant, grosser Bankett- und Seminarabteilung einen Bewerber, welcher als Stellvertreter des Maitre d'hôtel für vorzugsweise den Seminar-/Bankettbereich verantwortlich zeichnet. Sehr gute Sprachkenntnisse in D/F sowie E Bedingung. Eine vielseitige Stelle.

Die ganz besondere Stelle:

Gastgeber/in Leitung Gourmetrestaurant

Gastgeber/in zu sein in einem der bekanntesten Punkte-Restaurants in Bern ist sicherlich keine alltägliche Position. Wir suchen für diese Stelle als Restaurantleiter/in eine spezielle Gastgeberpersönlichkeit, welche bereits in Gourmet-/Lifestyle-Restaurants mit Topküche in gleicher oder stellvertretender Position tätig war, gewohnt ist, mit einer anspruchsvollen Kundschaft umzugehen und nebst einem hohen fachlichen Können auch die Affinität zu Wein mitbringt. Sehr gute Führungseigenschaften, sowie Sprachkenntnisse D/F/E und eine gepflegte Persönlichkeit runden ihr Bild ab.

...und viele weitere interessante Angebote in der ganzen Schweiz finden Sie auf unserer Homepage: www.horega.ch

HoReGa Select AG Kaderberatung

Stänzlergasse 7 4051 Basel
Tel. 061 281 95 91
info@horega.ch / www.horega.ch

168268

Ein Job in der Krone.

Nid ohne.

„Wem das Wasser bis zum Hals steht, sollte den Kopf nicht hängen lassen!“

Nach den infolge des August-Hochwassers nötigen Renovierungs- & Umbauarbeiten sucht die „neue“ Krone per Mitte Februar 2006 in Jahresstelle eine/n:

Chef de Service (m/w)

Als charmanter Gastgeber sind Sie befähigt, Ihr Team mit Fachkompetenz zu hoher Qualität in der Dienstleistung zu motivieren und geplante Verkaufsziele zu erreichen. Ihr Organisationstalent sorgt für einen reibungslosen Ablauf unserer Seminare & Events.

Ihre fundierten Kenntnisse und Freude am Thema „Wein“ sollten sowohl auf Ihre Gäste, wie auch auf Ihr Team überspringen. Sie sind bereit, mit viel Eigeninitiative unser neues F&B-Konzept mitzugestalten und teamorientiert umzusetzen. Ihre Erfahrung & Enthusiasmus am Beruf helfen Ihnen unsere Lehrlinge und Mitarbeiter aus- & weiterzubilden. Sind Sie dazu noch frontorientiert & belastbar, dann sind Sie genau die richtige Person für uns.

Ihre Unterlagen richten Sie bitte an A. & G. Pedolin, Gastgeber.

Brüningstrasse 130 • CH-6061 Sarnen • Tel. +41 (0)41 666 09 09
Fax +41 (0)41 666 09 10 • www.krone-sarnen.ch • info@krone-sarnen.ch
Vier-Stern-Hotel mit 110 Betten • Restaurant zum Batzenhof • Kronenstube • HAN Mongolian Barbecue • Chrono Garà • Pizzeria • Säle für 10 bis 500 Personen • Seminare • Bankette • Catering



168334

Die Krone der Gastlichkeit.

lenkerhof

alpine resort

Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung?

Sie wollen:
in einem jungen, mehrfach ausgezeichneten Team arbeiten?
– sind wir.
sich weiterentwickeln durch selbständiges Arbeiten?
– unterstützen wir.

Sie haben:
ausgezeichnete Fachkenntnisse und eine gute Berufserfahrung?
ausgezeichnete Sprachkenntnisse in D/F/E?

Fühlen Sie sich angesprochen? Na also!
Wir freuen uns auf Ihre tatkräftige Unterstützung also

F & B-Assistent für Event und Seminar (m/w)

mit guten administrativen Kenntnissen und Erfahrung mit Fidelio

2. Chef de Service (m/w)

mit Erfahrung

Front Office Manager (m/w)

mit mehrjähriger Erfahrung, ab Frühjahr 2006

Rezeptionist (m/w)

mit Erfahrung

Commis de Bar (Barkeeper) (m/w)

Kosmetiker (m/w)

mit Erfahrung

Rezeptionistin Wellness

Wir warten gespannt auf Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Von unserem jüngstlichen 5-Stern-Hotel im Berner Oberland wird man noch mehr reden – tragen Sie dazu bei!

Lenkerhof alpine resort, Postfach 241, CH-3775 Lenk im Simmental, www.lenkerhof.ch

lenkerhof alpine resort
Herr Markus Steiner
Human Resources Manager
Tel. 033 736 36 67
E-Mail: m.steiner@lenkerhof.ch

168331



Blatter's Bellavista
HOTEL AROSA

Für unseren 4****-Familienbetrieb mit 80 Zimmern und 7 Ferienwohnungen der Luxusklasse suchen wir für die kommende Wintersaison

Etagengouvernante

Sie garantieren unsere Qualität auf den Etagen. Sie sind belastbar und verfügen über Durchsetzungsvermögen, Erfahrung in ähnlichen Positionen sowie eine gute Mitarbeiterführung.

Commis de Bar m/w

Sie servieren in unserer Arvenbar und Halle Deutsche Muttersprache oder sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache

Zimmermädchen, Portierablöse Mitarbeiter Stewarding

Sie erwartet ein moderner Arbeitsplatz in einem jungen und motivierten Team.
Unterkunft kann auf Wunsch zur Verfügung gestellt werden.

Senden Sie uns Ihre kompletten Unterlagen oder rufen Sie uns an.
Wir freuen uns!

Doris & Thomi Blatter – Blatter's Bellavista Hotel –
CH-7050 Arosa
Tel. 0813 786 666 Fax 0813 786 600
Info@blatterbellavista.ch www.blatterbellavista.ch



168299



4-Sterne-Hotel mit 2 Restaurants, Piano-Bar, Hallenbad, Sauna usw. sucht für kommende Wintersaison noch folgende Mitarbeiter:

Piano-Bar **BARMAID**
Réception **RÉCEPTIONISTIN**

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an folgende Adresse:

Hotel Ambassador
Spisstrasse 8
3920 Zermatt
Telefon 027 966 26 11

168302



Stellenangebote

SwissDeluxeHotels.com
Committed to quality and individuality

Marché de l'emploi


TSCHUGGEN GRAND HOTEL
AROSA

Das Tschuggen Grand Hotel in Arosa gehört zu den führenden Schweizer Luxushäusern und ist ein Mitglied der Leading Hotels of the World.

Für die kommende Wintersaison (Dezember bis April) suchen wir SIE in der Position des

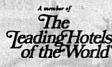
2. Concierge

Sie verfügen über:
mehrfährige Berufserfahrung in ähnlicher Funktion in der Luxushotellerie
sehr gute Deutsch-, Englisch- und Französischkenntnisse (I von Vorteil)
ausgezeichnete Umgangsformen sowie ein gepflegtes Erscheinungsbild
Organisationsvermögen, Teamfähigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit

Wir bieten Ihnen eine vielseitige, attraktive Stelle in einem jungen, motivierten Team, das sich hohe Ziele steckt.

Ihre Unterlagen inkl. Passfoto senden Sie bitte an untenstehende Adresse.

In einem persönlichen Gespräch erzählen wir Ihnen gerne mehr über die Philosophie des Tschuggen Grand Hotels und stellen Ihnen unser Haus vor.
Erste Fragen beantworten wir gerne telefonisch.

 Tschuggen Grand Hotel
Tina Caviezel, Personalleiterin
CH-7050 Arosa
Telefon +41 (0) 81 378 99 01 Fax +41 (0) 81 378 99 90
Internet: www.tschuggen.ch E-Mail: team@tschuggen.ch


Swiss Deluxe Hotels

168265

MONT CERVIN
PALACE
ZERMATT
★ ★ ★ ★ ★

HOTEL
NICOLETTA

 HOTEL SCHWEIZERHOF

Die hellsten Sterne von Zermatt

Seit mehreren Generationen gehören die Seiler Hotels zu den begehrtesten Adressen von Zermatt. Unsere Häuser vereinen erstklassige Schweizer Hoteltradition mit moderner Hotelkultur. In unseren zehn Restaurants verwöhnen wir unsere Gäste mit einem vielseitigen internationalen Angebot. Unsere hohen Anforderungen machen uns zu den führenden Hotels Zermatts und sind für unsere Mitarbeiter begehrte Referenz.

Für die Wintersaison 2005/06 suchen wir in unserem 5*-Haus MONT CERVIN PALACE und in unseren 4*-Häusern SCHWEIZERHOF und NICOLETTA folgende qualifizierten, sprachgewandten (D/E) und motivierten Mitarbeiter/innen:

- Kassiererin
- Chef de service
- Chef de rang
- Commis de rang (m)
- Chef Pâtissier
- Sous Chef
- Commis de cuisine
- Zimmermädchen
- Etagenportier
- Officebursche

Wir freuen uns, Ihre schriftliche Bewerbung mit vollständigen Unterlagen (Lebenslauf, Foto, Zeugnisse und Referenzen) prüfen zu dürfen!

SEILER HOTELS ZERMATT AG

Personalbüro
3920 Zermatt



Click to 34 five-star hotels and resorts in Switzerland

htr DEUTSCHE SCHWEIZ

Top of Bad Ragaz Das sind wir!



Auf Sie wartet eine neue Herausforderung, eine nicht alltägliche Stelle in einem traditionellen Schloss mit internationaler Kundschaft. Bei uns sind folgende attraktive Arbeitsplätze ab sofort oder nach Vereinbarung neu zu belegen.

Kellner Servicefachangestellte

Suchen Sie einen teamorientierten Arbeitsplatz bei dem Selbständigkeit und Kreativität gefragt ist?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen. Rufen Sie uns an, Tel. 081 302 40 47 oder faxen Sie die Bewerbung 081 302 27 20.

Schreiben Sie ganz einfach an:
HOTEL SCHLOSS WARTENSTEIN
Postfach 164
7310 BAD RAGAZ

168228

RESTAURANT REUSSBRÜCKE

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir zwei junge, motivierte Mitarbeiter.



Claus Janda

Muristrasse 32, 8913 Ottenbach
Tel. 044 760 11 61, Fax 044 760 12 50

- Servicefachangestellte/ - Jungsommelier/e

Eintritt nach Vereinbarung.
Auf Ihre schriftliche Bewerbung freut sich das Rüssbrugg-Team.

www.reussbruecke.ch
info@reussbruecke.ch

168325

GRINDELWALD

168263

→ → → → → → Natürliche Schönheit ← ← ← ← ← ←
Zur Ergänzung unseres jungen Teams suchen wir für kommende Wintersaison (ab ca. mitte Dezember 05) noch:

2 Barmaids
Garderobiere



Plaza Disco
Edi Bucher
CH-3818 Grindelwald
Tel. 033 853 11 05
www.plazadisco.com
hotel@alpenblick.info

Die tourism trend media gmbh produziert verschiedene Fachmagazine. Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine/n aufgestellte/n, zielstrebige/n und initiative/n:

Key Account ManagerIn

(Teilzeit 80% möglich)

Sie betreuen den bestehenden Kundenstamm und akquirieren neue Werbekunden. Sie nehmen an nationalen und internationalen Messen teil. Zudem werden Sie für unterschiedliche Projekte eingesetzt. Der Besuch von Workshops, Branchenevents rundet Ihr Aufgabengebiet ab.

Besitzen Sie ein gutes Netzwerk im MICE-Segment? Verkaufserfahrung in der Verlags- oder einer ähnlichen Branche wären für Sie ein Vorteil. Sind Sie kommunikativ, kontaktfreudig und haben Sie ein angenehmes Auftreten? Englisch bereitet Ihnen keine Mühe und womöglich sprechen Sie noch andere Sprachen.

Es erwartet Sie ein teamorientiertes Arbeitsklima in einer ungemein spannenden Branche, 5 Wochen Ferien, sowie gute Sozialleistungen. Der Arbeitsplatz liegt im Zentrum von Zürich.



Senden Sie Ihre
Bewerbungsunterlagen
mit Foto an:
tourism trend media gmbh
zH Guido Käppeli
Forchstrasse 80
8032 Zürich

168337

Express-Stellenvermittlung

Für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen aus Hotellerie und Gastgewerbe

Service de placement express

Pour employeurs et employés de l'hôtellerie et de la restauration

Eine Dienstleistung von

hoteljob

Tel. 031 370 42 79

08.00 bis 12.00 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr

Fax 031 370 43 34

SUCHEN SIE QUALIFIZIERTE ARBEITSKRÄFTE?

Unter den folgenden Stellengesuchen befindet sich vielleicht genau die Person, die Ihnen noch gefehlt hat. Mit einem Abonnement der Express-Stellenvermittlung erhalten Sie so viele Bewerbungstalons, wie Sie wünschen: während 6 Monaten für Fr. 350.–, während 1 Jahr für Fr. 600.– (exkl. MwSt.).

CHERCHEZ-VOUS DES TRAVAILLEURS QUALIFIÉS?

Parmi les demandes d'emploi ci-dessous, il se trouve peut-être la personne qui vous manque. Abonnez-vous au Service de placement express et vous recevrez autant de talons de candidatures que vous souhaitez. Coûts pour 6 mois: fr. 350.–, pour 12 mois: fr. 600.– (TVA exclue).

Stellengesuche / Demandes d'emploi

Küche/cuisine

1	2	3	4	5	6	7	8
0534	Hilfskoch	20	CH	sofort	D/F	AG/ZG/ZH/LU	
0536	Koch	38	DE	L-EG n. Ver.	D/E	Deutsch-CH	
0539	Hilfskoch	44	PT	L-EG Dez.	D/I	OW/NW	
0541	Koch	25	CH	Dez.	D/E/F/I	T/GR	
0547	Hilfskoch	21	CH	Dez.	D	zus.m. 0548	
0552	Ch.de partie/Alleinkoch	32	FR	L-EG Dez.	D/F/I	Bergrest./BE/VS/Inner-CH	
0555	Gardemanger/Pâtissier	37	CH	sofort	D	Zug/Luzern/Schwyz/Zürich	
0559	Koch/Küchenchef	40	DE	B. Nov.	D/E	TG/S/GZH	
0561	Koch	24	CH	sofort	D/F	West-CH	
0565	Küchenchef	43	IT	B. Jan.	F/I	ZH/BE/ZG/VD	
0566	Küchenchef	33	CH	sofort	D/F	FR/VD	
0570	Küchenchef/Koch	26	CH	n. Ver.	D/E/F	Deutsch-CH	
0571	Küchenchef/Sous-chef	35	DE	B-EG n. Ver.	D/E	Zürich/Winterthur	
0572	Küchenhilfsw	42	IT	B-EG sofort	D/E/I	Murten/Bern	
0580	Koch/Alleinkoch/w	48	CH	n. Ver.	D/E/F	TG/S/GZH/Heim/Bergrest.	
0581	Aushilfs-Alleinkoch	55	CH	Nov.	D/E/F		
0589	Küchenchef	45	CH	sofort	D/E/F	ZH+Umgeb.	

Service/service

1	2	3	4	5	6	7	8
0532	Commis de bar	26	CH	Nov.	D/F	Zürich+Umgeb.	
0540	Service/Bar/w	43	NL	Dez.	D/E/F	Bern+Umgeb.	
0543	Bar/Service/w	22	CH	Dez.	D/E/I	Schneebai/GR	
0544	Saalservice/w	23	PT	L-EG Dez.	D/E/I	zus.m. 0545/LU/ZH/ZG	
0548	Service/w	24	SK	B. Dez.	D	zus.m. 0547	
0550	Sefa Frühdienst	29	CH	n. Ver.	D/F	Mittelland/Thun/Luzern	
0551	Barman	61	CH	n. Ver.	D	ZH/GR/VS/4*- Hotel	
0558	Chef de service	28	DE	B. n. Ver.	D/E	Basel+Umgeb.	

1	2	3	4	5	6	7	8
0564	Ch.de rang/Betrassw/w	25	DE	B. Nov.	D/E	LU/BE	
0567	Service	32	AT	Dez.	D/E	SG/Vaduz	
0573	Barman/Chef de rang	44	IT	sofort	D/E/F/I		
0574	Chef de service/Gérant	59	CH	sofort	D/E/F/I	BE/Berner Oberl./Thun	
0576	Service/w	39	AT	L-EG n. Ver.	D/E/F	Bern+Umgeb./Thun+Umgeb.	
0585	Bardame/Service/w	23	CH	Nov.	D	Saas-Fee/Arosa/Davos	
0590	Servicefachangestellte	24	CH	sofort	D/E/F	Wintersportorte	
0591	Service Frühdienst/w	40	DE	B-EG sofort	D	BE-Oberl.	
0593	Chef de rang/Chef de ser.	41	DE	L-EG Dez.	D/E	West-CH	

Administration/administration

1	2	3	4	5	6	7	8
0533	Réceptionniste	24	CH	sofort	D/E/F/I	BE	
0554	Geschäftsführer	49	FR	C. sofort	D/E/F/I	Deutsch-CH	
0556	Réc.prakt./Masseurin/50%	48	CH	sofort	D/E/F/I	VS/VD	
0563	HR/Finanzen/w	26	CH	Jan.	D/E/F/I	West-CH/BE/BS	
0569	Réceptionspraktikantin	23	AT	L-EG Nov.	D/E/F	GR (Arosa/Klosters/Davos)	

Hauswirtschaft/ménage

1	2	3	4	5	6	7	8
0535	Nacht-/Etagenportier	63	DE	C. Nov.	D/E/F	Deutsch-CH	
0537	Haus-Tournante	23	PT	L-EG Dez.	D/E	zus.m. 0538/UR	
0538	Haushilfe	31	PT	L-EG Dez.	D/I	zus.m. 0537/UR	
0542	Office-/Haushilfe	50	PT	L-EG Dez.	F/I	GR/Oberengadin	
0545	Küchenhilfe	27	PT	L-EG Dez.	D/E/I	zus.m. 0544/LU/ZH/ZG	
0546	Zimmerfrau	37	PT	L-EG Dez.	D/E/F	GR	

1	2	3	4	5	6	7	8
0557	Küchenhilfe	46	TR	C. sofort	D/E		
0560	Küchenhilfsw	39	TN	B. sofort	D/F	ZH	
0562	Haus-Küchenhilfe	41	DE	L-EG sofort	D	BE-Oberl.	
0575	Allrounder/techn. MA	58	CH	n. Ver.	D/F	Bern+Umj./Konferenzzentrum	
0577	Zimmerfrau/Office/Lingerie	23	CH	Dez.	D/E/F/I		
0578	Zimmerfrau/Lingerie	36	PT	B/C. n. Ver.	D	zus.mit 10579	
0579	Techn.Allrounder/Portier	41	PT	B/C. n. Ver.	D/E	zus.mit 10578	
0582	Portier/Etage	36	PT	B-EG Nov.	D/I	Interlaken/Thun/Bern	
0583	Portier/Hilfskoch	24	PT	B-EG Nov.	D/E	Interlaken/Thun/Bern	
0584	Zimmerfrau	22	PT	L-EG Nov.	D/F/I	Interlaken/Thun/Bern	
0587	Zimmer/Lingerie/w	55	IT	C. sofort	D/I	LU/NW/Schwyz	
0592	Lingerie/w	47	CH	sofort	D/I	T/BE/FR/GR/Altersheim	

- REFERENZNUMMER – NUMÉRO DES CANDIDATS
- Beruf (gewünschte Position) – Profession (position souhaitée)
- Alter – Age
- Nationalität – Nationalité
- Arbeitsbewilligung – Permis de travail pour les étrangers
- Eintrittsdatum – Date d'entrée
- Sprachkenntnisse – Connaissances linguistiques
- Art des Betriebes/Arbeitsort (Wunsch) – Type d'établissement/région préférée (souhait)

168300

Stellenbewerbung / Candidature

SUCHEN SIE EINE STELLE?

Wenn Sie Erfahrung in der Hotellerie/Gastronomie haben, dann füllen Sie am besten gleich den unten stehenden Bewerbungstalon aus. Ihre Angaben erscheinen während 2 Wochen auf dieser Seite in der hotel+tourismus revue. Das Inserat ist für Sie kostenlos.

CHERCHEZ-VOUS UN EMPLOI?

Si vous êtes qualifié dans l'hôtellerie ou la restauration, remplissez le talon ci-dessous et vos données paraîtront gratuitement pendant 2 semaines sous cette rubrique dans l'hotel-tourismus revue.

Bewerbungstalon / Talon de demande d'emploi

(Bitte gut leserlich ausfüllen / Prière de remplir en capitales)

Gewünschte Stelle / Emploi souhaité: _____ Eintrittsdatum / Date d'entrée: _____

Arbeitsbewilligung / Permis de travail: _____ Jahresstelle / Place à l'année Saisonstelle / saison

Art des Betriebes / Type d'établissement: _____ Bevorzugte Region / Région souhaitée: _____

Name / Nom: _____ Vorname / Prénom: _____

Strasse / Rue: _____ PLZ/Ort: / NPA/Lieu: _____

Geburtsdatum / Date de naissance: _____ Nationalität / Nationalité: _____

Telefon privat / No de téléphone privé: _____ Telefon Geschäft / No de téléphone professionnel: _____

Bemerkungen / Remarques: _____

Sprachkenntnisse / Connaissances linguistiques: _____

Deutsch / Allemand: _____ Französisch / Français: _____ Italienisch / Italien: _____ Englisch / Anglais: _____

(1 = Muttersprache / Langue maternelle, 2 = gut / bonnes, 3 = mittel / moyennes, 4 = wenig / faibles)

Meine letzten drei Arbeitsstellen waren / Mes trois derniers emplois: _____

Betrieb / Etablissement: _____ Ort / Lieu: _____ Funktion / Fonction: _____ Dauer (von/bis) / Durée (de/à): _____

1. _____

2. _____

3. _____

Hiermit bestätige ich, dass die obgenannten Angaben der Wahrheit entsprechen. / Le soussigné/la soussignée certifie l'authenticité de ces informations.

Datum / Date: _____ Unterschrift / Signature: _____

Ich bin mit der Bekanntgabe der Daten (Name, Adresse, Telefon etc.) einverstanden: Ja – Nein / J'accepte la publication de mes coordonnées (nom, adresse, téléphone, etc.): Oui – Non
 Wenn nein, können wir den ausgefüllten Talon nicht in der Zeitung publizieren. / En cas de réponse négative de votre part, nous ne pourrions pas publier le talon dans le journal.

Bitte mailen oder schicken Sie uns den vollständig ausgefüllten Bewerbungstalon an folgende Adresse: / Veuillez nous retourner le talon de demande dûment rempli à l'adresse suivante:
hoteljob, Express-Vermittlung, Monbijoustrasse 130, Postfach, CH-3001 Bern / hoteljob.be@hotelleriesuisse.ch

Romantik Hotel Stern Chur

Wir suchen ab 01. Dezember 2005:

Für unser
Romantik Hotel Stern
(Stornstunden für Gäste und Mitarbeiter)

Das Romantik Hotel Stern ist das führende 3*-Hotel in Chur, gelegen am Rande der Altstadt, mit regem à-la-carte-Betrieb und Banketträumlichkeiten

eine/n
Chef de partie tournant

Sie haben bereits Erfahrungen in einer ähnlichen Position gesammelt und möchten diese gerne in einem jungen Team weiter ausbauen. Mit Ihren kreativen Speisen und dem Flair für Qualität holen Sie unseren Gästen die Sterne vom Himmel. Ebenfalls macht es Ihnen Spass, Lernende auszubilden.

Möchten Sie für uns den Kochlöffel schwingen?

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung mit Foto:
Frau Nadja Vogelsang, Leiterin Personal

Romantik Hotel Stern
Reichsgasse 11, 7000 Chur
081/258 57 57
admin@stern-chur.ch
www.stern-chur.ch

GRAND HOTEL NATIONAL LUZERN

«THE SMALL LUXURY GRAND HOTEL»
Direkt am See gelegen und doch mitten in der Stadt Luzern befindet sich unser renommiertes *****-Sterne-Hotel mit 40 Hotelzimmern und -suiten.

Für eine der schönsten Bars in der Zentralschweiz suchen wir zur Verstärkung unseres Teams eine

Barchefin (w. ab 28 Jahre)

Sie verfügen über fundierte Fachkenntnisse der internationalen Barkunde, Kreativität, Flexibilität und ein hohes Mass an Qualitätsbewusstsein. Zudem sind Sie sprachbegabt (D/E/F), haben Freude am Umgang mit einem anspruchsvollen internationalen Publikum und ein gepflegtes Erscheinungsbild.

Bevorzugt werden Bewerberinnen mit mehrjähriger Berufserfahrung in ähnlicher Position und Erfahrung im Raum Luzern.

Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an:

THP Touristic & Hotel Projects Ltd.
c/o GRAND HOTEL NATIONAL
Barbara Gremmel, H. R. Manager
Haldenstrasse 4 - 6006 Luzern
b.gremmel@national-luzern.ch

CLUB HOTEL mit Solbad Victoria Lauberhorn

Ein Hotel des **Ferienvereins**

Wintersaison am Fusse von **Eiger - Mönch und Jungfrau?**

Für die kommende Wintersaison 2005/2006 ab 13. Dezember 2005 bis 30. März 2006 suchen wir motivierte Teammitglieder die mit uns am gleichen Strick ziehen und mit Helfen, unsere Gäste zu verwöhnen.

Küche - **Chef de partie**
- **Commis de cuisine**

Service - **ServicemitarbeiterIn** D/E für unser À-la-carte-Restaurant
- **ServicemitarbeiterIn** für Speisesaal und Cafeteria

Bar - **Chef de bar** D/F

Unser neu renoviertes Club-Hotel, mit moderner Infrastruktur, verfügt über 120 Zimmer, ein öffentliches Speiserestaurant, eine Cafeteria, eine Bar mit Lobby sowie einen attraktiven Wellnessbereich mit Solbad von welchem auch unsere Mitarbeiter kostenlos profitieren können.

Haben Sie Freude an Ihrem Beruf und möchten Sie zu unserem Team dazugehören - dann sind Sie genau die Person die wir suchen. Senden Sie uns noch heute Ihre Bewerbungsunterlagen, damit wir uns so schnell wie möglich kennen lernen.

Club-Hotel Victoria-Lauberhorn
Pascal Anthamatten, Direktor, 3823 Wengen
Telefon 033 856 29 29, Fax 033 856 29 19

Ucliva

Für den kommenden Winter suchen wir für unser Unique Öko Hotel

engagierte Persönlichkeiten für folgende Stellen

Koch mit Erfahrung
Interesse an Vollwert und Naturküche
Liebe zum Produkt

Servicemitarbeiter/in
Freude an Dienen
Gastgeber/in mit Herz

Sollten für Sie diese Begriffe keine Fremdwörter sein, freue ich mich auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Bewerbungsunterlagen mit Foto an
Alfred Kral
Öko-Hotel Ucliva
7158 Waltensburg/Vuorz
Tel. 081 941 22 42
www.ucliva.ch / info@ucliva.ch

STRELA
RESTAURANTS

Obere Strasse 39
7270 Davos Platz
Tel. 081 413 60 44 / Fax 081 413 12 07
www.strela.ch hotel@strela.ch

Wir suchen zur Ergänzung unseres Teams per 1. Dezember oder nach Vereinbarung

DirektionsassistentIn
(in Jahresstellung)

mit Schwerpunkt im Front-Office-Bereich. Sie haben erfolgreich eine Hotelfachschule abgeschlossen und verfügen über Erfahrung an einer Hotelrezeption. Fremdsprachenkenntnisse (E/F evtl. I), Belastbarkeit und Gastfreundschaft gehören zu Ihren Stärken. Wollen Sie die Herausforderung annehmen?

Dann nichts wie los...
... ein Betrieb mit Charme, Tradition und grosser Stammkundschaft erwartet Sie.

Senden Sie die Ihre Unterlagen an
Corinne Koepflin, Direktion

Auf und **DAVOS**

Hotel Alpina Kurhaus

***Ferienhotel im Herzen von Lenzerheide mit 130 Betten, Restaurant, Bistro, Hotelbar, Dancing, Hallenbad und Kino.

Wir suchen für die Wintersaison 2005/06:

Reception:
Chef de Réception (m/w)
Nachtportier

Service:
Chef de Service (m/w)
Servicemitarbeiter/innen

Housekeeping:
Gouvernante

Lieben Sie Berge, Schnee, frische Luft und Spass an der Arbeit? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Hotel Kurhaus Alpina
Natasha Meijer
CH-7078 Lenzerheide
Tel. 081 384 11 34
www.alpina-lenzerheide.ch

Suchen Sie eine neue Herausforderung?
Sind Sie unser neuer Mitarbeiter?

Als Stütze des Chefs suchen wir per 1. November oder nach Vereinbarung

Koch/Chef de partie
für die regionale und saisonale Gourmetküche.

Servicemitarbeiterin (Teilzeit)

Wir erwarten selbstständiges Arbeiten und Eigenverantwortung. Bieten aber auch die Möglichkeit eigene Ideen einzubringen.

Auf Wunsch bieten wir Ihnen Kost und Logis im Haus.
Reto Hollenstein gibt Ihnen gerne weitere Auskünfte zu Ihrem neuen Job.

Gasthof Rössli
9524 Zuzwil bei Wil
071 944 11 33

DAVOS - das wär's

Der Meierhof - eine gute Adresse.
Wir haben einen Job für Sie
(Eintritt Ende November):

Nachtportier/Night-Audit
(D und E, Computer-Kenntnisse, PW-Fahrbewilligung)

Chef de Partie
(ins renommierte Team von Wolfgang Leiter)

Masseur/Wellness-Betreuer
(gästeorientierter, kreativer Fachmann, D und E)

Was Sie von uns erwarten dürfen: ein erstklassiger, guteingerichteter Betrieb (80 Zimmer und Suiten, zwei Restaurants) inmitten der Top-Sportstadt Davos - ein junges Team von etwa 50 Mitarbeitern - eine gutbezahlte, ausbaubare und interessante Stelle.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung;
Fragen dazu? - einfach anrufen oder mailen.

MEIERHOF
Riet & Kathrin Frey, Hoteliers
Hotel Meierhof, CH-7260 Davos Dorf
Tel. +41/81-416 82 85
Fax +41/81-416 39 82
info@meierhof.ch
www.meierhof.ch

Unser Markt ist die Welt des Reisens. Wir sind ein expandierendes Unternehmen und weltweit im Travel Retail Markt tätig. Am Flughafen Zürich betreiben wir nebst den Tax & Duty Free Shops auch exklusive Fachgeschäfte in den Bereichen Mode, Schmuck, Accessoires, Souvenirs und Fine Food.

Wir suchen **per sofort oder nach Vereinbarung** für die Marke **Lindt** in unserem Verkaufs-Shop einen flexiblen, verkaufs- und kundenorientierten

Confiseur w/m (100%)

Ihre Aufgaben:

- Sie arbeiten in einer modernen Confiseurlüche mitten in der Boutique
- Sie stellen vor Ort Degustationsware für die Kunden her
- Sie zelebrieren die Confiseurskunst durch das Anfertigen von Tafelstücken und machen durch die Maitre-Tradition und das Schokolade Know-How von Lindt für den Kunden anschaulich
- Sie unterstützen den Absatz der Produkte durch aktive Beratungs- und Verkaufstätigkeit

Was Sie mitbringen:

- abgeschlossene Ausbildung als Confiseur und Konditor
- Flair für innovatives Gestalten von Schokoladekreationen
- Kommunikations- und Verkaufstalent
- Gute Deutsch- und Englischkenntnisse, weitere Sprachen von Vorteil
- Hohe Flexibilität bezüglich Arbeitseinsätzen (inkl. Wochenende/Feiertage)
- Idealalter: ab 30 Jahren

Wir bieten:

- ein spannendes, nicht alltägliches, internationales Arbeitsumfeld
- einen abwechslungsreichen, kreativen Arbeitsbereich
- die Unterstützung und das Vertrauen einer starken, internationalen Marke sowie eines dynamischen, erfolgreichen Detailhandelsunternehmens
- gute Sozialleistungen sowie diverse Vergünstigungen

Interessiert? Dann senden Sie uns bitte raschnöglichst Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Foto und per Post an Frau Alexandra Holdender, Human Resources Assistant.

The Nuance Group AG, Human Resources
QTH, CH-8058 Zürich-Flughafen
Phone +41 43 812 32 10
www.thenuancegroup.com

Lyonnais

Servicefachangestellte

Für unser Bistro Lyonnais suchen wir noch eine sympathische Servicefachangestellte mit französischem Flair; die es versteht unsere Gäste mit ihrem Charme zu begeistern. Sie verstehen es, unsere Kundschaft kompetent zu beraten und bewahren selbst in hektischen Momenten die Ruhe. Wenn Sie zudem gerne in einem kleinen Team arbeiten und Freude an der französischen Küche haben, dann wird es höchste Zeit, dass wir uns kennenlernen.

Für diese Position wenden wir uns an eine Persönlichkeit mit Berufslehre in der Gastronomie oder entsprechender Erfahrung. Sie sprechen gut Französisch, Englisch und Deutsch. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

CANDRIAN CATERING GAG
BAHNHOFPLATZ 15
POSTFACH
8023 ZÜRICH

TELEFON 044 217 15 37
TELEFAX 044 217 15 09
WWW.CANDRIANCATERING.CH
INFO@CANDRIANCATERING.CH



HOTEL CUCAGNA

CANORTA BAR
Ist das In-Lokal für Jung und Alt, der Treffpunkt im Ferienort Disentis.
Sind Sie eine fröhliche, junge, aufgestellte Persönlichkeit, die den Umgang mit Leuten liebt? Haben Sie Spass die Gäste mit Pfiff zu verzaubern? Dann sind Sie vielleicht schon bald unsere neue

BARMAID
Anfangstermin: nach Vereinbarung

Für Fragen stehen wir gerne zur Verfügung und freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung mit Foto an:
Hotel Cucagna Fabian Schwarz CH-7180 Disentis
www.cucagna.ch info@cucagna.ch Tel: 081 929 55 55

Koch/Köchin Haushälter/in (Ehepaar)

Für sehr gepflegten Haushalt mit diversen Angestellten.
Arbeitsort Raum Luzern, Schweiz.
Eigenes Wohnhaus (200 m²) mit Garten, sep. Eingang und sep. Garage, Dienstwagen, geregelte Arbeitszeit.
Bewerbungsunterlagen mit Foto bitte an Chiffre 168328 an **hotel + tourismus revue**, Postfach, 3001 Bern.



PARKHOTEL BELLEVUE

**** Parkhotel Bellevue & Spa
(Ferien- und Wellnesshotel mit 53 Zimmern)
sucht per Anfang November / Dezember oder nach Vereinbarung zur Ergänzung des Teams innovative, motivierte Mitarbeiter/innen in Saison- oder Jahresstelle

Servicefachangestellte/r (mit Erfahrung)
(à la carte und Hotelrestaurant)

Bardame/Barmad
(für Piano Bar Scotch Club 69)

Qualifizierte Kosmetikerin

Gerne erwarten wir Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto.

***PARKHOTEL BELLEVUE & SPA
z. H. Andreas Richard
CH-3715 ADELBODEN
Tel. ++41 33 673 8000
www.parkhotel-bellevue.ch



«Einsatzgeist verbunden mit dem festen Willen, jeden Tag das Beste von sich zu geben.» (Leitbild DSR)

DSR ist mit über 200 Betrieben und ca. 1450 MitarbeiterInnen eines der führenden Gemeinschaftsgastronomie-Unternehmen der Schweiz. Damit wird dem hohen Qualitätsanspruch unserer Gäste weiterhin jederzeit gerecht werden, benötigen wir zwei zusätzliche Hände!

Wir bieten Ihnen in Dübendorf folgende Stelle an
(Eintritt nach Vereinbarung):

Koch (100%)

Ihre Ausbildung zum Koch haben Sie mit viel Engagement gefestigt, so dass Sie heute selbständig und in hoher Qualität produzieren. Für Teamarbeit und Kreativität stehen Sie ein und haben ein Flair für Zahlen.

Bei uns erwartet Sie eine sichere Anstellung in einem wachsenden Unternehmen, grosse Selbstständigkeit, Weiterbildungsmöglichkeiten und ein motiviertes Umfeld.

Senden Sie Ihre schriftliche Bewerbung an:
DSR, Niederlassung Deutsche Schweiz, Personalsbüro
Rötelstrasse 135/Bucheggplatz, 8037 Zürich

SWITEX Industriel SA, LAMBOING (BE)

Wir sind ein neuer aufstrebender Betrieb in der Textilbranche, spezialisiert auf Tisch-, Frottee- und Bettwäsche in Spitzenqualität.

Zur Förderung unserer Verkaufsaktivitäten suchen wir per 1. Dezember 2005

eine/n initiative/n und kontaktfreudige/n

Mitarbeiter/in im Aussendienst

Ihr Aufgabenschwerpunkt liegt in der aktiven Akquisition von Neukunden sowie deren weiteren Betreuung. Ihr Arbeitsumfeld beinhaltet die gesamte Deutschschweiz ausser dem Kanton Bern.

Sie bringen mit:

- abgeschlossene kaufmännische Lehre oder gleichwertige Ausbildung
- Deutsche Muttersprache sowie mündliche Französisch- oder Englischkenntnisse
- Verkaufserfahrung in Textilbranche (Kenntnisse in Hotellerie von Vorteil)
- Sie verfügen über gute Umgangsformen, sind über 28 Jahre alt und flexibel

Wir bieten:

- Top Qualitätsprodukte und eine interessante abwechslungsreiche Aufgabe
- Zeitgemässe Anstellungsbedingungen
- Guter Fixlohn und Kommissionen, Firmenwagen

Wenn wir Ihre Interesse an dieser Position geweckt haben, senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

SWITEX Industriel SA, Route de Diesse 21, C.P. 95
2516 Lamboing

**BERNER OBERLAND
Skizentrum Elsiglen-Metschalp**

Für die kommende Wintersaison suchen wir noch eine tüchtige

Köchin

Wir bieten Ihnen eine Unterkunft im Haus.
Sie fahren gratis Ski im Skigebiet unserer Region.

Berggasthaus Höchst
H. R. u. S. Gempeler
3725 Achseten, Tel. 033 671 44 25
E-Mail: info@gasthaus-hoehchst.ch
www.gasthaus-hoehchst.ch



KRONENHOF
SCHAFFHAUSEN

Wir suchen per Mitte Januar oder nach Vereinbarung für unser junges Team in ***Hotel in der Schaffhauser Altstadt:

Sous-Chef (m/w)

Die ideale Karrierechance für einen jungen, kreativen Koch mit Erfahrung auf allen Posten. Sie sind motiviert, schätzen eine neuzzeitliche, marktfrische Küche, sind belastbar und können ein Team fachlich wie menschlich führen und behalten auch in Stress-Situationen einen kühlen Kopf. Ein moderner Arbeitsplatz in einem jungen Team und ein sehr angenehmes Arbeitsklima sind selbstverständlich.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung.

Hotel Kronenhof
Silvia und Urs Auckenthaler-Hurni
Gastgeber
Kirchhofplatz 7
CH-8200 Schaffhausen
Tel. 052 635 75 75



**Wintersaison 2005/06
mitten im Skigebiet
von Wangs-Pizol im Heildland**

Unser lebhafter und anspruchsvoller Hotel- und Restaurantbetrieb liegt mitten im Skigebiet von Wangs-Pizol. Mit Ihnen gemeinsam freuen wir uns heute schon auf die neue Herausforderung der kommenden Wintersaison.

Unterstützen Sie uns mit Ihrem fachlichen Können als:

- Jungkoch**
- 2 Servicefachangestellte (CH, A, D)**
- 1 Zimmer-Lingerie-Küchenhilfe (w)**
- 1 Küchenhilfe (m) (EU-Bürger)**

Sind Sie ein Freund von Bergen, Sonne und auch Schnee und arbeiten gerne in einem jungen dynamischen Team? Dann verwöhnen wir doch unsere Gäste in der kommenden Wintersaison gemeinsam.

Wir freuen uns auf Ihre schriftliche Bewerbung oder auf Ihren Anruf.
Hotel Furt, Artho Meili
7323 Wangs-Pizol
Tel. 081 723 21 66, Fax 081 723 40 66
www.hotel-furt.ch /
E-Mail: hotel.furt@epin.ch

«mitarbeiten – mitgestalten»

Saas-Fee/Wallis

Für die Wintersaison suchen wir in unserem jungen, dynamischen Team folgende begeisterungsfähige Mitarbeiter:

- verantwortungsbewussten, kreativen Küchenchef m/w**
Der ideale Einstieg für einen Chef de partie!
– Jahresstelle möglich –
- einsatzfreudige/n Réceptionistin/-en**
gute Sprach- und EDV-Kenntnisse
Mithilfe im Abendservice und in der Gästebetreuung
- motivierter Servicemitarbeiter m/w**
> für unser A-la-carte-Restaurant
> für den Speisesaal der Hausgäste (Frühstück- und Abendservice)

Hilfskräfte für Küche und Zimmer/Lingerie

Der GletscherGarten ist ein kleiner Familienbetrieb mit persönlicher Atmosphäre und internationalem Gästepublikum.

Sie lieben es, selbständig zu arbeiten und haben Freude, wahre Gastfreundschaft zu pflegen. – Dann sind Sie bei uns genau richtig.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen oder Ihren Anruf!

Chalet-Hotel GletscherGarten
Spezialitäten-Restaurant «Carl Zuckmayer-Stube»

Familie Wendelin & Monika Bumann-Anthamatten
Telefon 027 957 21 75, Fax 027 957 30 00
E-Mail: gletschergarten.saasfee@reconline.ch

Mehr brauchen Sie nicht.

Die **htr** stellen revue bietet jede Woche den grössten Stellenmarkt der Branche.
Hier finden Sie die besten Fachkräfte.



Insertieren und Abonnieren:
Tel.: 031 370 42 42, Fax: 031 370 42 23
insertate@htr.ch, www.htr.ch

htr Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche.



HOTEL MONTPELIER VERBIER
(16 GM)
& Restaurant «LE HAMEAU» Verbier (14 GM)
cherchent pour la saison d'hiver 2005/2006
(du 10. 12. 2005–15. 4. 2006)
Secrétaire de réception (F/D/E + Fidello)
Serveurs/Serveuses
Commis de cuisine (confirmé)
Stagiaire de cuisine
Stagiaire de service
Veuillez s. v. pl. adresser votre offre par écriture avec
CV + photo à l'adresse suivante:
Hôtel Montpelier & Restaurant «LE HAMEAU»
Jürg Brupbacher
Rue du Centre Sportif N° 37
CH-1936 Verbier/Suisse
Fax: +41 27 771 61 58



**hotel & hostel
montarina**
www.montarina.com

Zur Ergänzung unseres Teams
ist folgende Stelle ab November 2005 frei:
Front Office Mitarbeiter/in
Bewerbungen bitte an:
Hotel & Hostel Montarina
Bernadette Heinrich
Via Montarina 1
6900 Lugano
www.montarina.com
info@montarina.com

IRLAND – DONEGAL
Wir sind seit 17 Jahren ein führendes Hotel im Nordwesten Irlands. In ein paar Monaten werden alle unsere 56 neuen De-Luxe-Suiten eröffnet sein.
Wir suchen einen erfahrenen und zielbewussten
KÜCHENCHEF – CHEF DE CUISINE
der unseren Gästen dieselbe Qualität auf dem Teller bietet, welche wir in den neuen Suiten offerieren. Sei dies nun in unserem 80 Couverts «À-la-carte»-Restaurant oder in den beiden «Ball Rooms» mit 300 und 90 Sitzplätzen. Sie sind verantwortlich für alles was den Bereich «Food» angeht: Vom Frühstück, dem Room-Service-Menü bis zum Bar-Snack. Und mit ca. 150 Anlässen im Jahr (hauptsächlich Hochzeiten) und einem «Sonntags-Brunch» mit durchschnittlich 550 Gästen, garantieren wir Ihnen, dass es ihnen hier bei uns auf der grünen Insel selten langweilig wird...
Wir bieten Ihnen aber auch etwas dafür:
Langzeitstelle, «Hands-on»-Unterstützung auf Schweizerdütsch (ou en français) der beiden Hotelbesitzer; einen Assistenten, welcher für Sie bestellt, einkauft, Ware entgegennimmt und für Sie die Lager kontrolliert; ein funktionierendes HACCP-System; 2 AA-Gourmet-Sterli; 5 Wochen Ferien (Januar/Februar), Kost und Logis im Hause; Fr. 80.000.- Jahreslohn und viel «Natur pur» rund um unser Hotel, an einmaliger Lage, direkt am See Lough Eske, ein paar Kilometer vom Atlantik entfernt.
Sie müssen fähig sein, Ihre Brigade selber zusammenzustellen, zu motivieren und zu kontrollieren, die Gäste mit Ihren Kochkünsten und die Hotel-Besitzer mit Ihrer Marge zu beeindrucken, mit Saisoniers und Part-timer umzugehen, Disziplin von Ihrer Brigade zu verlangen und dabei selber den Humor nicht zu verlieren.
Take on the challenge?
So senden Sie bitte Ihr CV mit allen Referenzen an:
HARVEY'S POINTHOTEL, DONEGAL TOWN, CO. DONEGAL, IRLAND.
www.harveyspoint.com jody@harveyspoint.com
Harveys Point

hoteljob
Votre spécialiste
du placement
hoteljob
Rue des Terreaux 10
Case postale 7507
1002 Lausanne
Téléphone 021 320 28 76
Fax 021 320 02 64
marie-claire.rossi@hotelieresuisse.ch
www.hotelieresuisse.ch
*hotellerie.
suisse*

Das neue Personalhaus ruft nach seinen neuen Bewohnern!
Für die **Saison 2006**, Mitte März bis Mitte November 2006 suchen wir aufgestellte Mitarbeiter:
– Koch, M/F
mit Erfahrung, selbständige Führung der Vegi-Vollwert-Küche (BIO-Knospe-Zertifikat), ideenreich, sportlich, Freude an der Natur
– dazu Commis, M/F
– Serviceangestellte, M/F
mit Ital.-Kenntnissen, selbstständig, evtl. Erfahrung in Réception
– Allrounderin
selbstständig in Zimmer- und Service-mithilfe
Das wollten Sie doch schon lange; arbeiten inmitten der Natur des Tessins, Teil sein eines fröhlichen kleinen Teams, Gäste an einem «ORT DER KRAFT» bedienen, oder?
Dann sind Sie die richtige Person und wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen.
Hotel Sass da Grüm «Unique»
Peter und Verena Mettler
6575 San Nazzaro
Tel. 091 785 21 71
www.sassdagruem.ch
info@sassdagruem.ch

Wer möchte nicht auf der wunderschönen Ferien-Insel **Phuket** als Initiator
KOCH
arbeiten. Wir führen europäische, italienische und asiatische Küche. Englischkenntnisse vorteilhaft, gutes Küchenteam. Nähere Auskunft erteilt gerne: Herr Giorgio Gompf, Tel. 0066 (0) 76 340204, Tel. (Mobile) 0066 (0) 1 843 76 79. E-Mail: tropica@phuket.lxinto.ca.th
Webseite: www.tropica-bungalow.com
Tropica Bungalow Hotel, 132 Taweevibg Rd. Phuket 83150 Patong Beach

htr STELLENVERMITTLUNGEN
www.jobs-hotel.ch
TOP Stellenangebote
Tel. 081 382 21 57

Alleinkoch für Sommersaison 2006
Tessin / Lugano
für unseren Familienbetrieb, kleines Restaurant, suchen wir einen **Koch** als rechte Hand. Gefällt Ihnen eine familiäre Atmosphäre, dann sind sie bei uns **HERZLICH WILLKOMMEN.**
Elvezia al lago
Sig. Lucke
6976 Castagnola

Coolie Jobs in Flumserberg
Saison- und Jahresstellen
Keine Vermittlungsgebühren
Alle Infos unter:
www.flumserberg.com
Link «Jobs» auf Startseite

24-h-Aboservice
Neu kostenlos per SMS oder jederzeit telefonisch!
Senden Sie eine SMS mit Text **HTRS** (für Schnupperabo Fr. 25.-, 10 Ausgaben) oder **HTRA** (für Jahresabo Fr. 145.-) und Ihre Adresse an die **Nr. 723**.
Beispiel: HTRS HansMuster/Mustergasse 1/3001 Bern
Oder per Tel.: 031 740 97 93, E-Mail: abo@htr.ch
Internet: www.htr.ch



htr Die führende Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.
Mit dem grössten Stellenmarkt der Branche. **www.htr.ch**

IMPRESSUM
htr hotel+tourismus revue – stellen revue / marché de l'emploi
Der Stellenmarkt für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus und Freizeit
Le marché de l'emploi pour l'hôtellerie, la restauration, le tourisme et les loisirs
Herausgeber / Editeur: Schweizer Hotelier-Verein / Société suisse des hôteliers, 3001 Bern
Verlag und Redaktion / Edition et rédaction:
Mombijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, Telefon 031 370 42 22, Telefax 031 370 42 23
Leitung Medien / Responsable des médias: Christian Santschi
Verlagsleitung / Chef d'édition: Iris Strebler
Anzeigenverkauf / Vente des annonces: Oliver Egloff (Anzeigenleiter), Marc Moser
E-Mail: inserate@htr.ch
Anzeigentarif (pro mm und Spalte) / Tarif des annonces (par mm et colonne):
– Frontseite / Première page: Fr. 1.67 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Direktion / Direction: Fr. 1.60 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Kaderangebote / annonces cadres / Tourismus: Fr. 1.57 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellenangebote / Offres d'emploi: Fr. 1.46 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Stellensuche / Demandes d'emploi: Fr. 1.43 (exkl. MwSt. / sans TVA)
– Zuschlag Aufschaltung Internet: Fr. 25.- pro Woche/Anzeige

Termine:
– Ausgabe: Nr. 42/2005 27. 10. 2005 Nr. 43/2005 24. 10. 2005 Nr. 44/2005 31. 10. 2005 Nr. 45/2005 10. 11. 2005
– Erscheint: 20. 10. 2005 24. 10. 2005 31. 10. 2005 7. 11. 2005
– Anzeigenschluss: 17. 10. 2005 24. 10. 2005 31. 10. 2005 7. 11. 2005
– Wiederholungen: 17. 10. 2005 24. 10. 2005 31. 10. 2005 7. 11. 2005

Herstellung / Production: Büchler Grafino AG / Druckzentrum Bern, 3001 Bern
WEMF-beglaubigt 2004/05 / contrôlés REMP 2004/05, verkaufte Auflage/tirage vendu: 12 332, Gratisauflage/tirage gratuit: 1 342 (Druckauflage/tirage imprimé: 18 000)

Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonstwie verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Online-Dienste, unabhängig davon, ob die Inserate zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Online-Dienste durch Dritte. Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.